



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

**Percepción de la imagen turística que posee el Turista Nacional y Extranjero
que visita el Centro Histórico de Trujillo, año 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTORA:

PAREDES SANDOVAL LOURDES STEPHANIE

ASESOR:

ASESOR ESPECIALISTA: DR. MEYER MONSALVE, EWALD

ASESORA METODÓLOGA: DRA. ESPINOZA RODRIGUEZ OLENKA

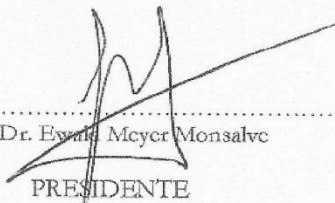
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PATRIMONIO Y RECURSOS TURÍSTICOS

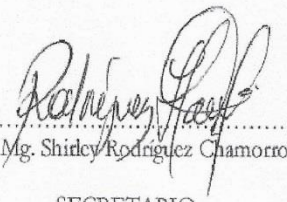
Trujillo – Perú

2018

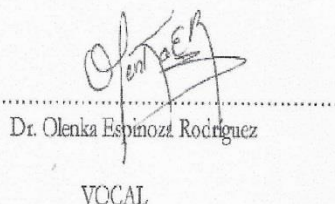
Páginas del Jurado



.....
Dr. Ewald Meycr Monsalvo
PRESIDENTE



.....
Mg. Shirley Rodríguez Chamorro
SECRETARIO



.....
Dr. Olenka Espinoza Rodríguez
VOCAL

Dedicatoria

A mi Padre Celestial por ser mi guía y fortaleza, en todo momento para seguir a delante con mi sueños, a pesar de los obstáculos y tropiezos.

A mi Mamá por ser esa amiga, que siempre estuvo a mi lado, durante esa etapa de preparación profesional, por su apoyo moral y entusiasmo que me brindo para seguir adelante con mis propósitos.

A mi Papá, por ser mi gran ejemplo para seguir superándome día a día, por compartir sus experiencias, conocimientos, consejos y demostrarme su amor incondicional.

A mis hermanos por expresar siempre su amor, confianza hacia mí y motivarme siempre a cumplir cada uno de uno de mis sueños.

A mi hermana mayor, por ser mi inspiración durante mi formación mi profesional, y transmitirme esas ganas y deseos de superación.

A mis dos mejores amigos, por compartir sus conocimientos, alegrías, y tristezas, durante estos cinco años.

Agradecimiento

A mi Padre Celestial por ser esa luz en mi camino, y demostrarme lo bello que es la vida. Por nunca dejarme sola ante los desafíos que se presentan. Gracias por tu infinito amor.

A mi Mamá por ser mi ejemplo a seguir de madre, amiga y mujer, te amo como no tienes idea, gracias por tu apoyo incondicional.

A mi Papá por ser mi gran orgullo, y uno de los principales motivos para superarme día a día. A pesar de la distancia, siempre he podido contar con tu apoyo y amor incondicional. Gracias por siempre tener esas palabras claves, para motivarme e incentivarme a hacer lo correcto. Con tus consejos, experiencias y conocimientos, ayudaron a contribuir en mi preparación profesional.

A mi hermana Shirley, por siempre estar a mi lado y apoyarme con cada palabra de aliento durante mi formación profesional. En ella me veo reflejada, pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me permiten sentirme muy orgullosa de ella y admirarla cada día más.

A mis hermanos Henry y María José, gracias por su cariño y por estar en cada logro y meta alcanzada en mi vida. Esto también es de ustedes

A mis mejores amigos Tania y Christopher, con los que he compartido grandes momentos durante estos 5 años de vida universitaria. Sin su ayuda no lo hubiera, los quiero.

A mi asesor el Dr. Ewald Meyer Monsalve, por su profesionalismo; apoyo, consejos y paciencia brindada en todo este tiempo.

Declaración de Autenticidad

Yo, Lourdes Stephanie Paredes Sandoval, alumna del X ciclo de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería declaro firmemente que la presente investigación llevada a cabo por mi persona, en su totalidad excluye la intención de plagio o copia de otras investigaciones existentes por cualquier otra persona o institución.

Así mismo se corrobora que las citas tomadas de otros autores conservan su originalidad y se encuentran debidamente citadas y referenciadas al autor perteneciente.

De esta manera asumo mi total compromiso y responsabilidad ante cualquier intento de plagio o copia en el presente documento de investigación que ostenta el grado de título profesional y afirmo que el presente estudio se somete a las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si así lo cree conveniente.



Lourdes Stephanie Paredes Sandoval

DNI 73854562

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

Siguiendo la normatividad y el espíritu fomentado por la Universidad en relación a la investigación dada al alumno para graduarse como profesional en la rama normatividad adoptada por la escuela de Administración en Turismo y Hotelería, Facultad de Ciencias Empresariales, me es grato y representa un orgullo para mí el poder presentarles el trabajo de investigación titulado: “Percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero del Centro Histórico de Trujillo, año 2018”.

El presente trabajo de investigación el cual se realiza con el fin de llevar a la práctica los conocimientos obtenidos a lo largo de nuestra formación académica y abordar una problemática actual, busca determinar la percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero del Centro Histórico para el año 2018, para lograr dicho objetivo se ha identificado dos dimensiones: componente cognitivo y afectivo. Todo ello a fin de obtener un panorama más amplio del tema a desarrollar.

Esperando cumplir con las exigencias del riguroso jurado y las expectativas de usted lector, agradezco su atención e interés de conocer más acerca de esta investigación, llevada a cabo en un periodo de tiempo determinado, mismo que contribuye a enriquecer y actualizar sus conocimientos personales.

Atentamente



Lourdes Stephanie Paredes Sandoval

DNI 73854562

Índice

Páginas del Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación.....	vi
Resumen	ix
Abstract.....	x
I. Introducción	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos Previos	13
1.3 Teorías Relacionadas al tema	16
1.3.1 Definición de la percepción.....	16
1.3.2 Teorías de la percepción	17
1.3.3 Factores que influyen en la percepción	18
1.3.3.1 Factores externos	18
1.3.3.2 Factores internos.....	18
1.3.4 Proceso de la percepción	19
1.3.5 La percepción del turista.....	19
1.3.6 La imagen turística	19
1.3.6.1 Definición de Imagen de un destino turístico:.....	20
1.3.6.2 Tipos de imagen	20
1.3.6.3 Dimensiones de la imagen.....	21
1.3.6.4 Factores asociados con la imagen de un destino turístico	21
1.3.6.5 Formación de la imagen de un destino	22
1.3.6.6 Medición de la imagen de un destino	22
1.4 Formulación del problema.....	22
1.6 Justificación.....	23
1.7 Hipótesis	23
1.8 Objetivo	24
II. Método	24
2.1 Diseño de la Investigación.....	24
2.2 Variables, Operacionalización.....	24

2.3 Población y muestra	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:	27
2.5. Métodos de análisis de datos:	28
2.6. Aspectos éticos:	28
III. Resultados.....	29
IV. Discusión	58
V. Conclusiones.....	61
VI. Recomendaciones.....	62
VII. Propuesta.....	63
Referencias	69
Anexos	72

Resumen

El presente estudio tiene como propósito determinar la percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo, año 2018. Al mismo tiempo, identificar los componentes cognitivos y afectivos que influyen en la percepción del turista nacional y extranjero, estos son: Motivación, Expectativas, Sensaciones, Seguridad, Conservación, Infraestructura, Planta Turística, Belleza arquitectónica, etc. En la presente investigación, la metodología aplicada fue de tipo transversal descriptiva, con un diseño no experimental y la población está conformada por los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Trujillo al año 2018, siendo aplicada a una muestra por conveniencia de 100 turistas nacionales y 100 internacionales. Los resultados nos ponen en manifiesto que la percepción de la imagen turística del Centro Histórico en materia turística es regular, debido a que existen factores externos que la afectan negativamente. Finalmente el Centro Histórico, es considerado desde ya uno de los principales atractivos de la oferta turística de la Ciudad de Trujillo, es así que es importante y necesario contrarrestar sus debilidades, a fin de optimizar su imagen turística.

.

Palabras Claves: Percepción de la imagen turística, motivación, expectativas, sensaciones

Abstract

The purpose of the present study is to determine the perception of the tourist image that have the national and foreign tourists who visits the historic center of Trujillo, 2018. At the same time, identify the cognitive and affective components that influence in the perception of the national and foreign tourist, these are: Motivation, Expectations, Sensations, Security, Conservation, Infrastructure, Tourist Plant, Architectural beauty, etc. In this research, the methodology used was descriptive transversal, with a non-experimental design and the population is made up for national and foreign tourists who visits the historic center of Trujillo in 2018. It has been applied to a convenience sample of 100 national and 100 international tourists. The results show us that the perception of the tourist image of the Historic Center in tourism is regular, because there are external factors that affect it negatively. Finally, the Historical Center, is already considered one of the main attractions of the tourist offer of the City of Trujillo, it is so important and necessary to counteract its weaknesses, in order to optimize its tourist image.

.

Keywords: Perception of the tourist image, motivation, expectations, sensations

I. Introducción

1.1 Realidad Problemática

Una buena anécdota del turista en el destino, asegura desde ya, un incremento de visitas al mismo, y recomendación hacia sus amigos, familiares y contactos, por diferentes medios. Justamente es ahí, donde podemos decir que la imagen viene a ser la clave para atraer a los turistas; y se considera un elemento crítico en el proceso de elección del destino.

La imagen turística se caracteriza por su diferente grado de complejidad, buscando siempre cautivar al visitante mediante mensajes sugerentes, inquietantes o sorprendentes. Desde ya su misión es mostrarles como es un sitio, incitarlos a visitarlo y condicionar la manera en la que lo consumen. Es así que la imagen turística forma de un universo simbólico, cambiante, que puede verse afectado por diferentes factores.

Desde ya en el mundo existe una competencia única entre países, es así que los destinos optan por construir y proyectar una imagen adecuada, todo esto con el objetivo de satisfacer las necesidades y nuevas exigencias del mercado, pero lo más importante es poder diferenciarse entre sus competidores.

El Perú, es justamente uno de los países que guarda enormes tesoros en la arquitectura de sus distritos históricos. Es así que, si se trata de resaltar uno de los atributos históricos más representativos de este país, encontramos al Centro Histórico de la ciudad de Trujillo.

Centrándonos en el tema del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo, comentaremos que es uno de los tantos atractivos turísticos más representativos y visitados por turistas nacionales e internacionales, que por más que su estadía sea corta, no dejan de lado dentro de su recorrido para poder conocerlo.

El Centro Histórico de Trujillo es considerado a nivel nacional como Zona Monumental por Resolución Suprema N° 2900 – 72 – ED, como también patrimonio cultural de la nación y de la ciudad. Aparte de ello, se encuentra inscrita en la lista indicativa de la Unesco, para muy pronto ser declarada Patrimonio Mundial.

Es así que estos tipos de reconocimientos, y la variedad de cualidades que lo conforman; como su belleza arquitectónica, urbanística; la hospitalidad, alojamiento, gastronomía, entre otros, han contribuido positivamente a la imagen del mismo.

Sin embargo, también se ha podido evidenciar problemas que han influenciado negativamente como es la falta conservación, tanto de las casonas mismas como de las calles del Centro Histórico. Así mismo escasa calidad en relación a la infraestructura turística, como lo es la falta de señalización en puntos estratégicos, para una mejor orientación al turista. Y escaso desarrollo de actividades de ocio y culturales.

En el plano internacional se encontraron investigaciones basadas en este tema de estudio como la que se desarrolló en Canarias (Arjona, 2014) en donde se pudo determinar que la familiaridad es fundamental en el proceso de elección de Canarias como lugar de visita, ejerciendo una gran influencia la experiencia previa de visita y las recomendaciones de amigos y familiares, considerándolas como las principales fuentes de información al momento de optar por este destino.

En el plano nacional, Amazonas (Llaja, 2014), es otro caso donde se determinó que la imagen del Destino turístico Kuélap - Gocta es percibida por los visitantes de manera positiva, destacando sus atributos físicos como la belleza natural y cultural del destino que ven como característica única y competitiva ante otros destinos del Perú.

De acuerdo al plano regional y local, Trujillo (Cáceda, 2016), es un destino donde el nivel de percepción del turista extranjero que ha visitado la ciudad, es regular porque el 57% de encuestados manifestó que existen elementos negativos dentro del aspecto cognitivo, como: la contaminación que afectan la imagen de la ciudad.

Finalmente, esta investigación descriptiva será el medio por el cual nos va a permitir determinar la percepción de la imagen turística del atractivo por los turistas nacionales e internacionales que deciden visitarla.

1.2 Trabajos Previos

La percepción es la primera impresión que el turista adquiere durante su estadía en el lugar visitado, entre las principales percepciones que el turista tiene del lugar que visita es la imagen, sensaciones externas e internas de los lugares que conoce entre otros. Es así que los destinos turísticos buscan generar la mejor imagen en beneficio del turista para que de esta manera el visitante o turista pueda regresar.

En el plano internacional en la tesis de los autores Beltrán B. M. y Parra M. M. (2016) *La imagen del destino turístico: estudio en profundidad del Municipio de Murcia como destino turístico*. Universidad Católica San Antonio de Murcia, España, tuvo como objetivo conocer la imagen del Municipio de Murcia a fin de dar a conocer las principales fortalezas y debilidades del destino turístico. Concluyendo en:

El municipio de Murcia no cuenta con una imagen turística destacada y clara. La mayoría de los turistas no conocen el municipio, suelen confundirlo con la Región, y por último no tienen una percepción clara de los recursos turísticos que posee y de la oferta complementaria de la que dispone, a pesar que esta es variada, atractiva y de calidad. (p.19)

De acuerdo a la investigación de los autores Folgado F. J; Di-Clemente E.; Hernández M. J. y Campón C. A. (2013) *Influencia de la imagen del destino en el comportamiento del turista cultural. Un estudio empírico en la Ciudad de Plasencia como destino de turismo cultural*. Universidad de Extremadura, España. Tuvo como finalidad conocer todo lo referente al tipo de demanda que visita la ciudad de Plasencia, Se concluyó en:

El turista que visita Plasencia, es un viajero natural de la ciudad de Madrid, de una edad que oscila entre los 40 y 50 años, con estudios superiores. La mayoría de los encuestados manifiestan estar visitando por primera vez el destino, el cual fue recomendado por amigos y familiares más cercanos a ellos. Además afirman sentirse atraídos por su cultura, monumentos y sus recursos naturales. Finalmente sostienen que poseen una imagen positiva del

destino, y signos de lealtad al lugar donde se desarrolla la investigación.
(p.109)

Así mismo en la investigación de los autores Zárraga C. L.; Ceballos P.R. y Castillo G.A. (2017) *La percepción del turista sobre la imagen de Isla Mujeres, Quintana Roo, como pueblo mágico*. Universidad del Caribe, México. Presentó como objetivo principal saber en cuanto a la percepción de los turistas de Isla Mujeres frente a los atributos que lo convierten en un Pueblo Mágico, y conocer cual ha generado un mayor impacto en su percepción. Concluyendo en:

Los atributos como: fiestas, tradiciones, arquitectura y monumentos son percibidos de igual manera; y calificados con bajo porcentaje. Sin embargo la gastronomía, los servicios turísticos, las playas, artesanías, atractivos simbólicos fueron calificados con porcentaje elevado. Finalmente se pudo determinar que son las playas como atractivo simbólico, las que presentan un mayor impacto en la percepción del turista, siendo estas consideradas el trascendental imán turístico de Isla Mujeres (p.10)

De acuerdo al proyecto de los autores Puiggròs, E. y Fondevila, J.F (2014) *De la imagen percibida a la percepción de los residentes de un destino maduro: el caso Marca Barcelona*. Tiene como objetivo general conocer sobre la marca Barcelona, según la imagen que tienen los turistas frente a la percepción que han logrado obtener los residentes del destino. Las conclusiones son:

La impresión obtenida del turista con respecto a la ciudad de Barcelona fue positiva, la cual ha sido comprobada en esta investigación. La imagen de Barcelona como destino de estudios, negocios o de shopping pone a la luz el potencial de esta ciudad condal. (p.9)

Conforme a la investigación de Gonzales V.E. e Ibáñez U. D. (2014) *La percepción que tiene el turista local con relación al turismo cultural y religioso del distrito de Motupe*. Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Lambayeque, Perú. Muestra como objetivo principal, analizar la cultura turística y religiosa del distrito y su influencia en

relación a la afluencia de los turistas a la Santísima Cruz de Motupe. Las conclusiones obtenidas fueron:

La mayoría de turistas locales que visitan el distrito de Motupe lo hacen con un solo motivo, que es la devoción que le tienen a la Cruz de Chalpón o también llamada la Cruz de motupe.

De acuerdo a la investigación de la tesis de los autores Cayo V.N. y Apaza T.A. (2016) *Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico*. Universidad Nacional del Altiplano, Perú. Dicha investigación manifiesta como objetivo principal evaluar la percepción y la imagen que tienen los turistas visitantes a la ciudad de Puno en el año 2016. Las conclusiones obtenidas fueron:

La percepción que tienen los turistas del destino es buena, es así que lo califican como un lugar divertido, relajante, emocionante, agradable, tranquilo y despejado, respaldado por la buena infraestructura, servicios turísticos, la hospitalidad y la diversidad de sus escenarios naturales. (p.7)

Dan a conocer en su tesis los autores Vascones R. L. (2016) *Percepción del destino Huánuco en los vacacionistas limeños*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Como objetivo primordial conocer la percepción del destino turístico Huánuco en los vacacionistas limeños

Como conclusión, de la mencionada investigación, se pudo tener conocimiento que los factores relacionados a la cercanía y la seguridad del destino fueron los peor calificados en las encuestas de la investigación y representan un motivo importante por el cual los limeños definen no realizar viajes a destinos como este.

Según la tesis de Horna R. J. (2014) *Percepción de los turistas extranjeros respecto a la calidad de servicio que brindan los hoteles en el Balneario de Huanchaco*. Universidad Nacional de Trujillo. Su objetivo principal fue determinar la calidad del servicio que ofrecen los diferentes hoteles a los turistas extranjeros en el balneario de Huanchaco, a través de las percepciones obtenidas de los turistas, se obtuvo los siguientes resultados:

La percepción de los turistas extranjeros en relación a la calidad del servicio recibido en los establecimientos de hospedaje del Balneario de Huanchaco fue catalogado como regular, alcanzando un promedio de 3.36%.

De acuerdo a la tesis de la autora Bocanegra C.C. (2016) *Nivel de percepción del visitante respecto a los servicios que presta Huaca de la Luna como atractivo turístico del sector A del distrito de Moche, Provincia de Trujillo, Región La Libertad*. Universidad Nacional de Trujillo. Tuvo como fin conocer el nivel de percepción del visitante con respecto a los servicios que ofrece la Huaca de la Luna como atractivo turístico.

Dicha investigación concluyó, que el nivel de percepción del visitante es alto conforme a la calidad del servicio que ofrecen los elementos tangibles, así como también la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Conforme a la investigación de Rodríguez N. K. (2014) *Percepción de la imagen turística que posee el turista extranjero que visita el balneario de Huanchaco en el año 2014*. Universidad César Vallejo. Tuvo como finalidad analizar la percepción de la imagen turística del turista extranjero referente al Balneario de Huanchaco.

Se concluyó en que la imagen percibida por los visitantes extranjeros es buena según la valoración dada por el turista con respecto al entorno natural

1.3 Teorías Relacionadas al tema

1.3.1 Definición de la percepción

La psicología, ha sido una de las primeras disciplinas, que se ha encargado de definir a la percepción, como un proceso cognitivo, el cual se encarga de reconocer, interpretar y darle un significado a sus juicios en relación a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social. (Vargas, 1994, p.48)

Según Vargas la antropología, es la ciencia que define a la percepción como una forma de conducta que se basa en el proceso de selección y elaboración simbólica de una experiencia sensible. (Vargas, 1994, p.50)

La percepción según Merleau:

Es un proceso parcial, debido a que el observador no percibe todas las cosas en su totalidad. Dado las situaciones en las que se tienen las sensaciones, es que suelen variar y lo que se obtiene finalmente es sólo un aspecto de los objetos en un momento determinado. (Vargas, 1994)

1.3.2 Teorías de la percepción

Enfoque empirista: Para este enfoque la sensación se encuentra asociada al primer contacto que tienen nuestros sentidos con los estímulos exteriores. Proporcionándole la importancia debida a las experiencias y el aprendizaje.

Enfoque Conductual: Se centra en observar de forma detallada el comportamiento del ser humano.

Enfoque Cognitivo: Surge como una respuesta al Conductismo. Este enfoque habla sobre los procesos mentales como formadores del conocimiento y el aprendizaje.

Enfoque de Procesamiento de Información: Según este enfoque la percepción está vinculado con la atención y la memoria.

Enfoque Ibseniano: Otorga mayor importancia a los estímulos sensoriales, ya que cuentan con la información necesaria para proveerla al sujeto, y evitar que recurra a la experiencia previa, cogniciones, u otro proceso, que permita desarrollar la percepción. (Hernández, 2012)

1.3.3 Factores que influyen en la percepción

“García sostiene que el proceso de selección perceptual depende de diferentes factores, pertenecientes tanto al ambiente externo como al interno, es decir se encuentran dentro de la persona que está percibiendo ciertos estímulos.” (Cáceda, 2016)

1.3.3.1 Factores externos

Son todas aquellas características que influyen al momento de tomar en cuenta o no a los estímulos.

Tamaño: Mientras más grande sea un factor externo, es más probable que se perciba.

Intensidad: Cuanto más intenso es un factor externo más factible es que se pueda percibir

Contraste: Existe mayor probabilidad de que se pueda percibir los factores externos que resaltan contra el fondo.

Movimiento: Se puede percibir más rápido un factor en movimiento que uno estacionario.

Repetición: Un factor repetido reiteradas veces que atraerá la atención y será más fácil de percibir

Novedad y Familiaridad: Un factor familiar o uno nuevo son capaces de atraer la atención. (Proceso de Percepción, 2015)

1.3.3.2 Factores internos

Motivación: Se basa en la búsqueda de la satisfacción a nuestras necesidades.

Experiencia: Influye en el proceso de la percepción, dado que el individuo aprende de sus experiencias y el efecto acumulativo cambia repentinamente la percepción obtenida en un principio.

Necesidad: Consiste en reconocer la carencia de algo. Es decir, una persona llega a percibir con mayor facilidad todo lo que le hace falta o necesita.(Ortiz,2012)

1.3.4 Proceso de la percepción

El proceso de la percepción se divide en tres etapas, las cuales se muestran a continuación:

Sensación: Es el proceso donde el sujeto percibe mensajes a los que se encuentra expuesto, pero toma en cuenta sus actitudes, intereses, escala de valores y necesidades.

La organización perceptual: En esta etapa se forma una representación interna de un objeto y se forma el precepto de un estímulo externo.

Identificación y reconocimiento: Se otorga un significado a los preceptos.(Gerrig y Zambrano , 2005)

1.3.5 La percepción del turista

La percepción del turista es la primera impresión o el conjunto de impresiones que el turista adquiere durante su estadía al lugar visitado. Entre las principales percepciones que el turista tiene del lugar que visita, es la imagen, sensaciones externas e internas de los lugares que conoce entre otras, considerando dicha definición es importante hacer hincapié que los destinos turísticos buscan generar la mejorar imagen en beneficio del turista para que de esa manera el visitante o turista pueda regresar.(Cristale)

1.3.6 La imagen turística

La imagen de un destino es un tema de gran interés y muy estudiado en la investigación turística. Debido a que influye en el comportamiento de los turistas.

Dada la gran relevancia que tiene la imagen turística, se va a realizar un estudio a las diferentes definiciones propuestas a fin de elegir la más adecuada a esta investigación.

1.3.6.1 Definición de Imagen de un destino turístico:

Gallarza, Gil y Calderón (2002) “consideran que la imagen de un destino es un tema subjetivo. Ya que al ser percibido por cada turista será evaluado de forma diferente”. (Femenía)

Coshall (2002) “la define, como aquellas percepciones adquiridas por el individuo en función a las características del destino”. (Femenía)

De igual manera Echtner y Ritchie (1991) “sostienen que la imagen turística está relacionada con las percepciones que adquiere el turista de los atributos del destino y la impresión holística”. (Femenía)

Así mismos autores como Milman y Pizam (1995) “indican que es la impresión mental o visual del público referente a un determinado lugar, producto o experiencia”. (Femenía)

Finalmente, Bigné y Sánchez (2001) “sustentan que es la interpretación subjetiva del turista sobre la realidad por la que atraviesa el destino turístico”. (Femenía)

Luego del estudio realizado a las definiciones expuestas, se puede mencionar como característica resaltante, la extensa riqueza conceptual de este tema y resumir diciendo que la imagen turística es el conjunto de impresiones individuales del turista sobre un destino en específico.

Además de ello es importante hacer hincapié en relación al concepto de la percepción y poner en manifiesto la relación que tiene con las definiciones de la imagen turística. Justamente Murphy (2000) “afirma, con respecto a la anterior, diciendo que la imagen está compuesta de la percepción personal de diversos componentes de un destino turístico”. (Femenía). Por su parte Bigne (2001) “opina que la imagen turística es la percepción global del turista”. (Femenía)

1.3.6.2 Tipos de imagen

Según Antón “se distinguen dos tipos de imagen: las emitidas y las percibidas. Por un lado, las imágenes emitidas reproducen señales con significados contruidos y diseminados socialmente”. (Hernández, 2008).

Estas imágenes se dividen en tres según Miossec (1977)

Imágenes Universales: Son todas aquellos que han ido evolucionando a través de la historia.

Imágenes Efímeras: Son el resultado de la reinterpretación de la realidad a través de los medios.

Imágenes Inducidas: Son aquellas que han sido promovidas a través de acciones de marketing a fin de influenciar en las decisiones de los turistas.

Mientras que las imágenes percibidas son todas aquellas que se crean en la mente del turista, por lo tanto, tienen un componente subjetivo. (Hernández, 2008)

1.3.6.3 Dimensiones de la imagen

Componente Cognitivo: Según Baloglu y Brinberg “es la forma en la que el turista percibe todos los atributos físicos o características de una zona turística. Se le denomina atributos físicos: el paisaje del lugar, naturaleza, sus atracciones y el entorno construido”. (Femenía, 1999)

Componente Afectivo: Baloglu y Brinberg afirman que “es todo aquello que siente el turista hacia el lugar turístico” (Femenía, 1997).

1.3.6.4 Factores asociados con la imagen de un destino turístico

Muy aparte de las cualidades que pueda poseer un destino, es necesario que las personas lo asocien con ellas, para así poder convertirse en una oferta atractiva para los turistas.

Familiaridad: Luhman (1988) “Considerada la percepción de las personas sobre un servicio específico, basándola en su experiencia personal” (Femenía).

Reputación: Fombrun (1996) “Reacción emocional que involucra la estimación general de los turistas sobre un destino, etc.”. (Femenía)

Confianza: Rosseau (1998) “Expectativas positivas obtenidas tras el comportamiento de un individuo en situaciones no seguras” (Femenía)

Satisfacción: Oliver (1980) “Depende de cómo el servicio brinda valor a las expectativas del turista”. (Femenía)

1.3.6.5 Formación de la imagen de un destino

Según Guaderrama (2012) “Para la construcción de la imagen turística, se lleva a cabo interpretaciones racionales y emocionales, generando un impacto sobre las expectativas, la intención y decisión de los turistas.”(Femenía)

Por otro lado, Reynolds (1965) “La define como el desarrollo de una construcción mental basada en algunas impresiones seleccionadas de un flujo de información.” (Femenía)

Tasci (2006) “La imagen se forma a través de la información que uno adquiere a través de experiencias personales, comentarios de amigos, familiares, información en relación al destino, noticias y medios masivos” (Femenía)

1.3.6.6 Medición de la imagen de un destino

Según investigaciones previas, existen dos enfoques que nos permiten medir esta variable: estructurado y no estructurado.

San Martín (2006) sostiene lo siguiente:

Enfoque estructurado: El investigador se encarga de fijar una serie de atributos más o menos similares en todos los destinos, seguido de ello, a través de una escala Likert, se mide la percepción del individuo, en relación a cada uno de los atributos.

Enfoque no estructurado: Se basa en el uso de preguntas abiertas, las cuales permiten al individuo poder expresarse y realizar descripciones libres sobre el destino (Hernández)

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo, año 2018?

1.6 Justificación

Relevancia Social

A medida que la percepción de la imagen del centro histórico de Trujillo sea positiva, favorecerá directamente al destino, dado que se incrementará el número de visitas, así como también el ingreso de divisas en la ciudad y finalmente se generara más oportunidades de trabajo y mayor involucramiento de la comunidad receptora.

Implicaciones Prácticas

Beneficiará al turista, a tal grado de minimizar al máximo los aspectos negativos que afectan su percepción en relación a la imagen turística del Centro Histórico, y así lograr satisfacer por completo su necesidades y expectativas.

Valor Teórico

Esta exploración cobra valor teórico ya que se encuentra argumentada bajo estudios reales que condescienden tener una correcta base para el desarrollo de los objetivos planteados, es así que toma como principal ejemplo y guía a Rodríguez (2009) con su artículo sobre la percepción turística del mercado español hacia Latinoamérica, sosteniendo que el turista sólo capta aquellos estímulos que son de su interés (exposición selectiva), luego los interpreta (interpretación selectiva) de acuerdo con sus creencias, experiencias, sus estados psicológicos en un momento determinado y manifiesta sus preferencias por algunos de ellos.

Unidad Metodológica

La metodología utilizada desea ratificar la hipótesis propuesta, gracias a la ayuda de instrumentos creados por el autor, como: la ficha de observación y el cuestionario. Todo ello con la finalidad de determinar la percepción de la imagen turística que poseen los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Trujillo.

1.7 Hipótesis

La percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo en el año 2018 es regular.

1.8 Objetivo

General:

Determinar la percepción de la imagen turística del turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo, año 2018.

Específicos:

O1: Identificar los factores de la imagen turística en el componente cognitivo del Centro Histórico de Trujillo en el año 2018

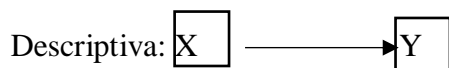
O2: Identificar los factores de la imagen turística en el componente afectivo del Centro Histórico de Trujillo en el año 2018.

O3: Describir los atributos turísticos que posee el Centro Histórico de Trujillo, año 2018.

O4: Proponer un plan que permita la mejora de la imagen turística del Centro Histórico de Trujillo, en el año 2018.

II. Método

2.1 Diseño de la Investigación



Dónde: X observa a Y

2.2 Variables, Operacionalización

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medici
Percepción de la imagen turística	Es el proceso de la conciencia que se basa en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del destino turístico.	La variable será medida a través de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas que será aplicado a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Trujillo, en el año 2018.	Componente cognitivo	Percepción en relación a la conservación del Centro Histórico de Trujillo	Nominal
				Belleza arquitectónica y paisajista	
				Calidad percibida en relación a la planta turística	
				Infraestructura que presenta el Centro Histórico de Trujillo	
				Percepción en relación a los atributos turísticos del Centro Histórico de Trujillo	

	Principal motivación para decidir visitar el Centro Histórico de Trujillo	
Componente afectivo	Sentimiento de seguridad que posee el turista en relación al Centro Histórico de Trujillo	Nominal
	Sensaciones que el turista experimentó en su visita	
	Expectativas cumplidas sobre el Centro Histórico de Trujillo	

Nota: Dimensiones e indicadores según Baloglu y Brinberg (1999)

2.3 Población y muestra

Población:

Se consideró que la población a evaluar, son todos los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Trujillo, sin embargo, se desconoce una cifra exacta.

Muestreo

En esta investigación se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia en el cual los elementos seleccionados de la población se han realizado en base al juicio del investigador, considerando estudiar 100 turistas nacionales y 100 turistas extranjeros que visitan el Centro Histórico de Trujillo.

Criterios de Selección

Criterio de Inclusión	Criterio de Exclusión
<ul style="list-style-type: none">- Turistas extranjeros y nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo con fines turísticos- Turistas mayores de 18 años de edad- Turistas con poder adquisitivo para visitar el Centro Histórico de Trujillo- Turistas de género femenino y masculino	<ul style="list-style-type: none">- Residentes locales que se encuentran visitando el Centro Histórico de Trujillo- Residentes extranjeros que actualmente se encuentran viviendo en Trujillo.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:

La indagación presenta como única variable la percepción de la imagen turística, en el cual se utilizará dos técnicas para la recolección de datos.

Para conocer la percepción del turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico Trujillo, se realizara un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas ; a fin de determinar cuál es su percepción frente a los diferentes aspectos cognitivo y afectivo.

Así mismo se empleará una ficha de observación que permitirá observar y describir los atributos turísticos que influyen en una buena o mala percepción del turista con respecto al Centro Histórico de Trujillo.

2.5. Métodos de análisis de datos:

Para el análisis de datos del presente estudio mixto, los resultados serán expresados en grafico de barras, circular, o de sectores. Con respecto a la ficha de observación, la información será resuelta con imágenes y su respectivo análisis, a fin de obtener un mejor entendimiento.

TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Encuesta	Cuestionario
Análisis observacional	Ficha de observación

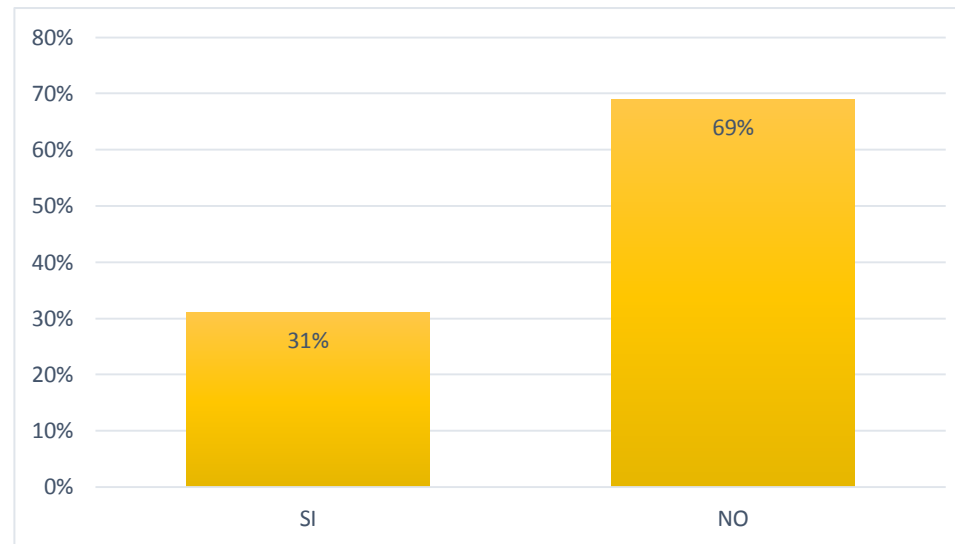
2.6. Aspectos éticos:

- Se cumple las normas APA.
- La investigación respeta derechos de autor en las respectivas citaciones.
- La indagación utiliza el formato establecido por la Universidad.
- Los datos que se obtendrán en los resultados serán analizados de manera fidedigna y real sin ninguna alteración.

III. Resultados

Objetivo 1: Identificar los factores de la imagen turística en el componente cognitivo del Centro Histórico de Trujillo en el año 2018

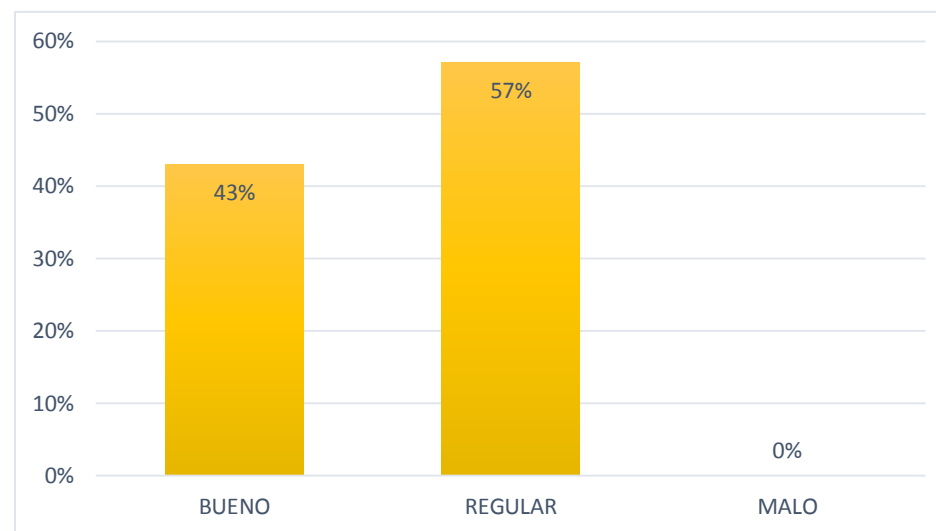
Figura 3.1: Calles limpias del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.1: En la figura, podemos observar que un 31% de los encuestados opinan que las calles si se encuentran limpias, mientras que un 69% considera que no, debido a que a pesar que se han colocado más contenedores de basura, la gente aún no toma conciencia y sigue arrojando su basura a las calles.

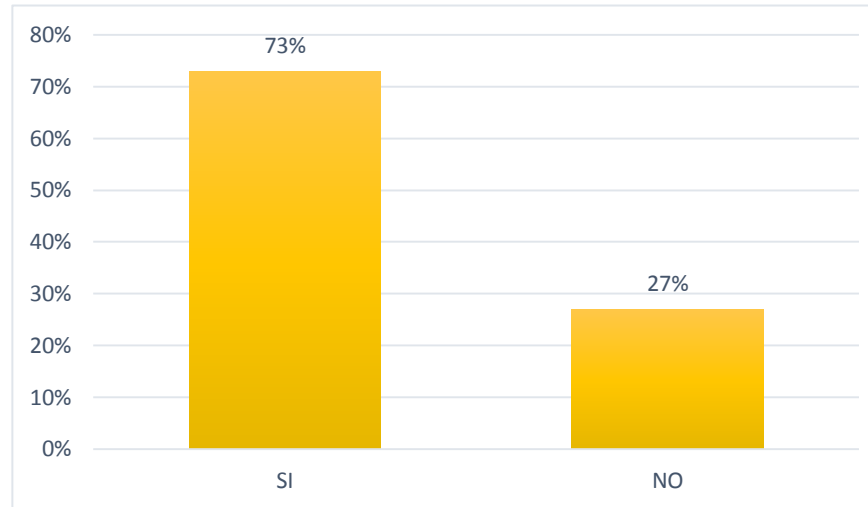
Figura 3.2: Estado de conservación de los atractivos y monumentos del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.2: En la figura se observa, que el mayor puntaje corresponde al ítem regular con un porcentaje del 57% y un 43% respecto al ítem bueno, lo cual demuestra que la gran parte de los turistas, considera que los atractivos y monumentos del Centro Histórico, se encuentran en un estado regular de conservación

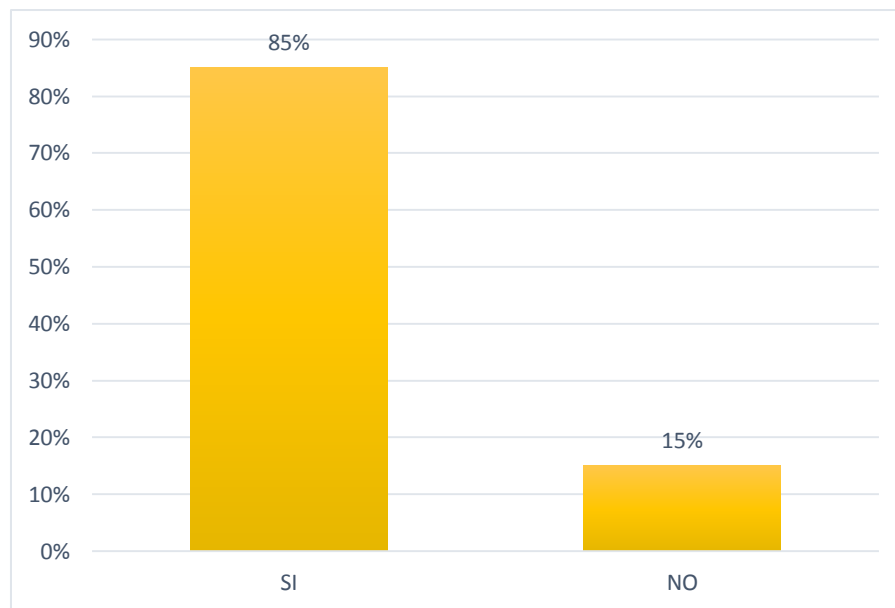
Figura 3.3: Belleza arquitectónica y paisajística de los atractivos del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.3: En la figura, se observa que un 73% de los turistas encuestados considera que los atractivos del Centro Histórico si poseen una gran belleza arquitectónica y paisajística, mientras que un 27% opinan que no, debido a que existen casonas rayadas, viejas y descuidadas.

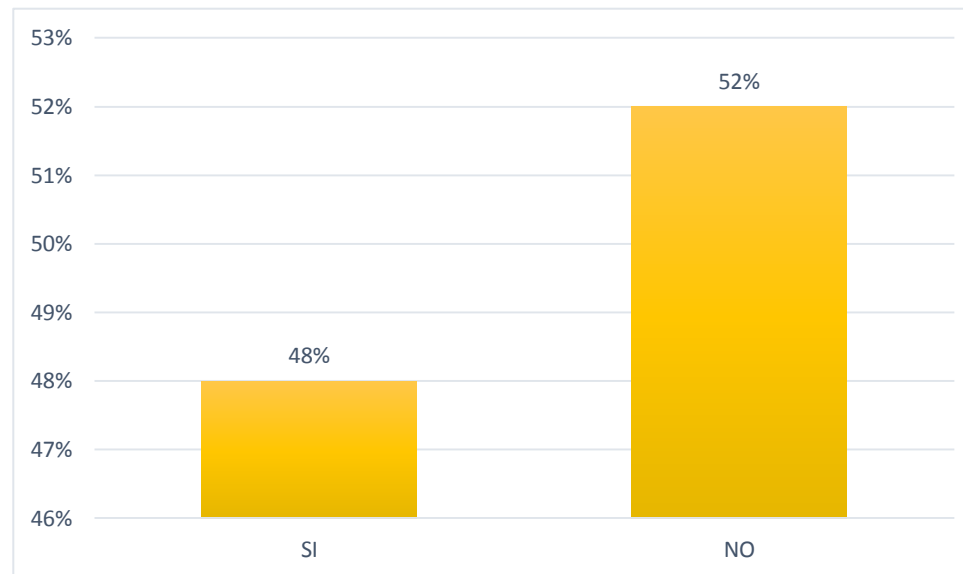
Figura 3.4: La calidad de los servicios turísticos de los establecimientos de hospedaje, restauración y afines



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.4: En la figura, se observa que el 85% de los encuestados considera que el servicio que ofrecen los diferentes establecimientos de hospedaje y afines si son de calidad, sin embargo un 15% opina que no lo es.

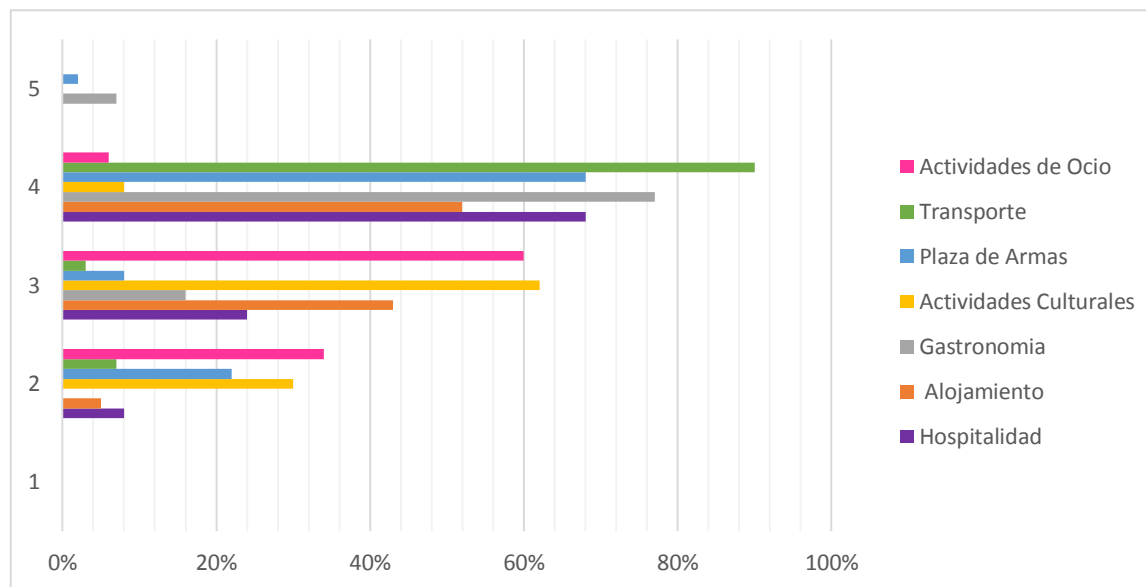
Figura 3.5: Infraestructura turística más óptima del Centro Histórico Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.5: En la figura el 52% de los 100 turistas encuestados sostienen que el Centro Histórico de Trujillo con cuenta con la infraestructura turística más óptima para el desarrollo de esta actividad y otro 48% manifiesta que si cuenta con ella.

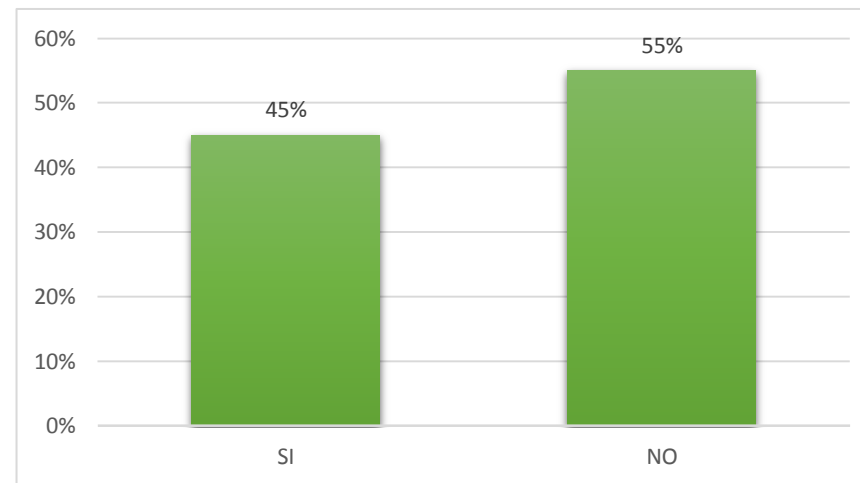
Figura 3.6: Valore del 1 a 5 los siguientes atributos: 1= muy malo 2= malo 3= regular 4=bueno 5=muy bueno



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.6: Se observa en la figura que los turistas nacionales valoraron a la hospitalidad un 68% la valoro con un 4, un 24% con un 3 y un 8% con un 2. Seguido de ello está el alojamiento, un 52% la valoro con 4, un 43% con un 3 y un 5% con un 2. Después tenemos la Gastronomía, en donde un 77% la valoro con 4, un 16% con 3 y un 7% con un 5. Luego están las actividades culturales de interés, en donde un 62% lo valoro con un 3, un 30% con un 2 y un 8% con un 4. Con respecto a la plaza de armas un 68% lo valoro con un 4, un 22% con un 2, un 8% con un 3 y un 2% con un 5. También tenemos al ítem transporte, en donde un 90% lo valoro con un 4, un 7% con un 2 y un 3% con un 3. Finalmente está el ítem actividades de ocio, se puede observar que un 60% la valoro con 3, un 34% con un 2 y un 6% con un 4.

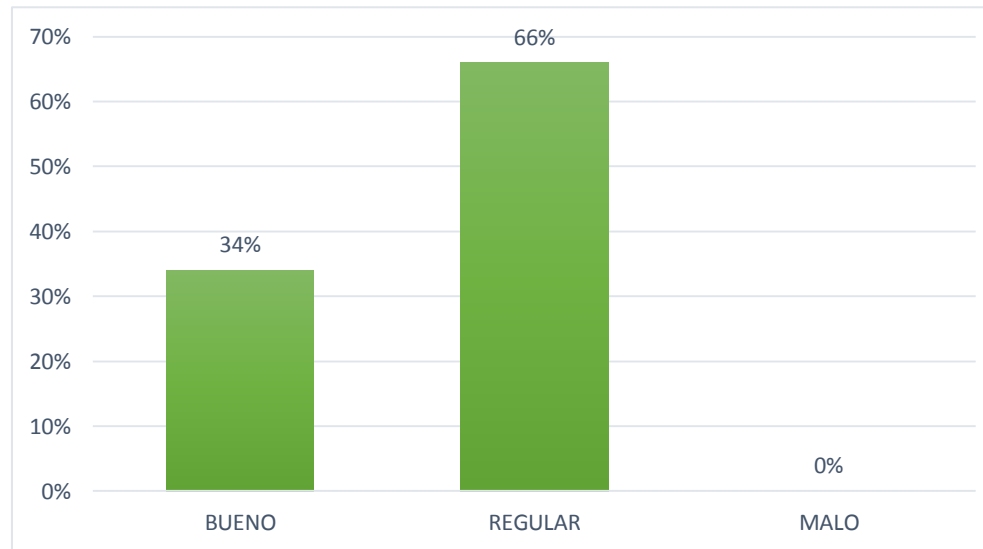
Figura 3.7: Calles limpias del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 37: Según los resultados obtenidos, podemos observar que el 55% de los encuestados considera que las calles del Centro Histórico de Trujillo no se encuentran limpias, mientras que un 45%, considera que si

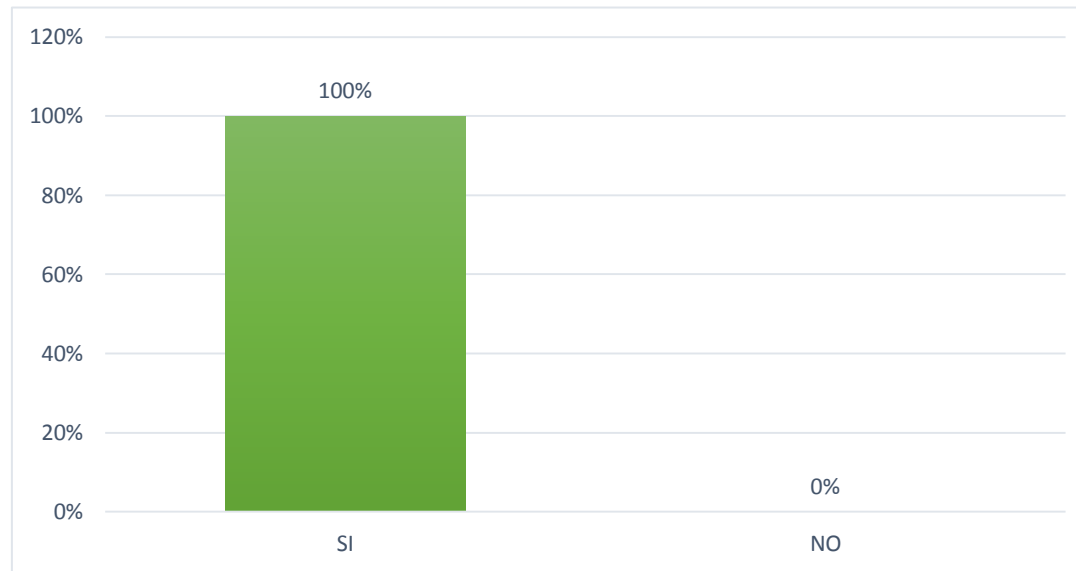
Figura 3.8: Estado de conservación de los atractivos y monumentos del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.8: Según los resultados obtenidos, podemos observar que el 66% de los turistas internacionales encuestados opinan que los atractivos y monumentos que conforman el Centro Histórico de Trujillo se encuentran en regular estado de conservación, porque gracias a lo que se pudo evidenciar, existen algunas casonas, iglesias descuidadas y dañadas, mientras que un 34% opina que el estado de conservación es bueno.

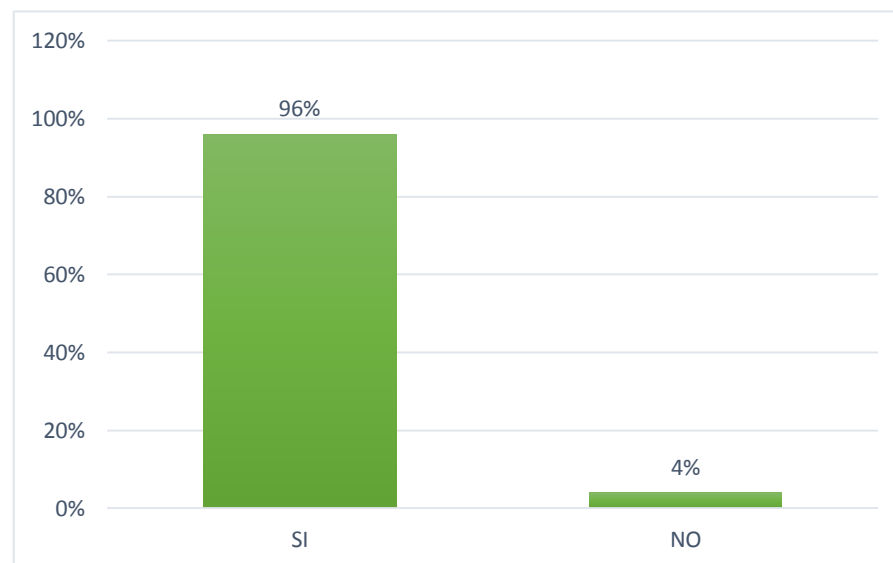
Figura 3.9: Belleza arquitectónica y paisajística de los atractivos del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.9: Según los encuestados, el 100% considera, que todos los atractivos que alberga el Centro Histórico de Trujillo poseen una gran belleza arquitectónica y paisajista, siendo esto una de las características que atrae y llama su atención.

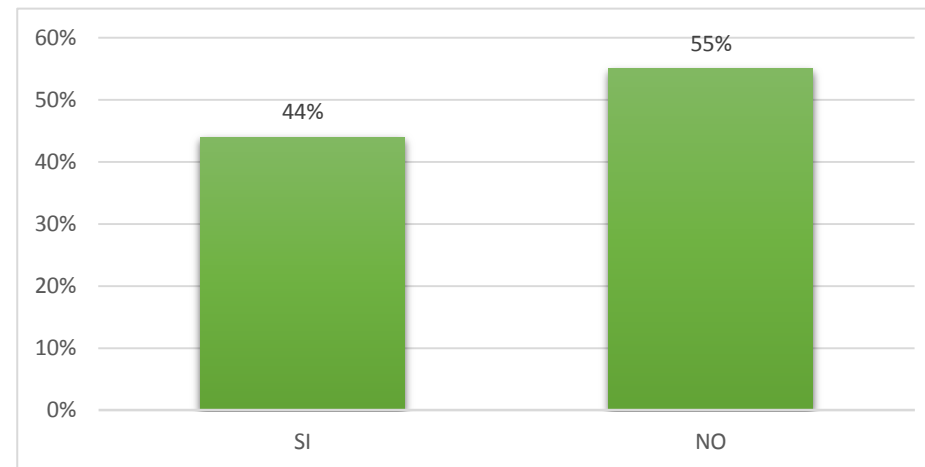
Figura 3.10: Calidad en los servicios turísticos de los establecimientos de hospedaje, restauración y afines



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.10: El 96% de los turistas encuestados, manifiesta que los establecimientos de hospedaje, restauración y afines si son de calidad, sin embargo un 4% de ellos opina que no.

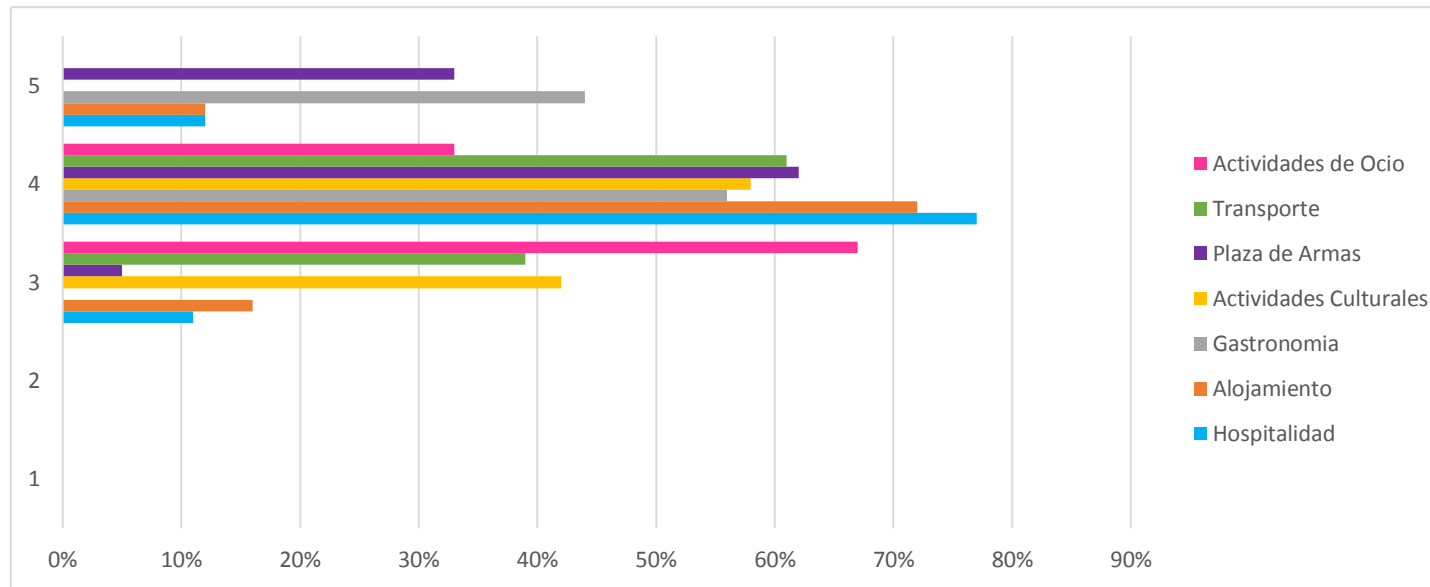
Figura 3.11: Infraestructura turística óptima en el Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.11: Según los encuestados, el 55% opina que el Centro Histórico de Trujillo no cuenta con la infraestructura turística más óptima, a diferencia de un 44% que opina lo contrario.

Figura 3.12: Valore del 1 a 5 los siguientes atributos: 1 = muy malo 2= malo 3= regular 4=bueno 5=muy bueno

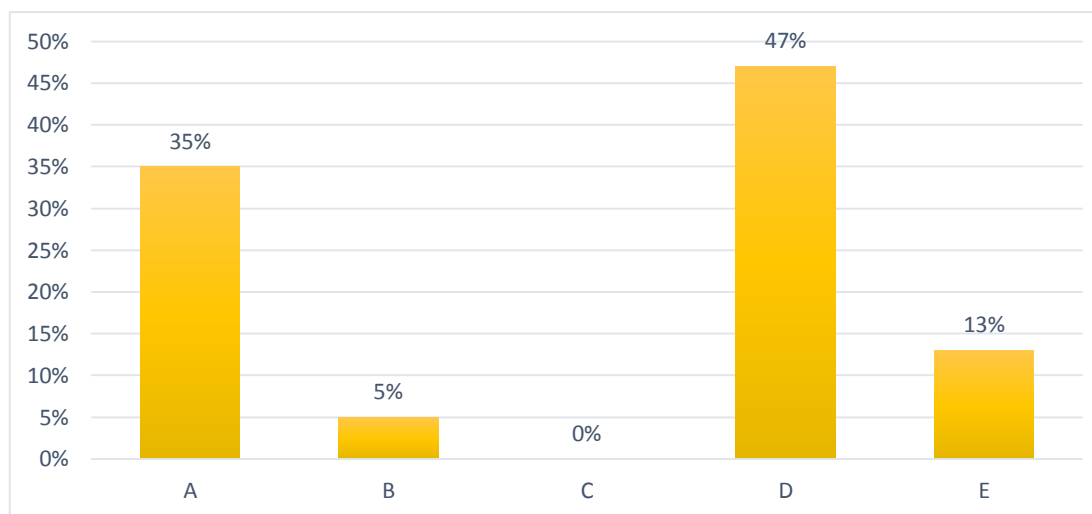


Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.12 En la figura, podemos observar que los turistas internacionales a la hospitalidad un 77% la valoro con un 4, un 12% con un 3 y un 11% con un 5. Seguido de ello está el alojamiento, un 72% la valoro con 4, un 16% con 3 y un 12% con 5. Después tenemos la Gastronomía, en donde un 56% la valoro con 4 y un 44% con 5. Luego están las actividades culturales de interés, en donde un 58% lo valoro con un 4 y un 42% con 3. Con respecto a la plaza de armas un 62% lo valoro con 4, un 33% con 5 y un 5% con 3. También tenemos al ítem transporte, en donde un 61% lo valoro con 4 y un 39% con 3. Finalmente está el ítem actividades de ocio, se puede observar que un 67% la valoro con 3 y un 33% con 4.

Objetivo 2: Identificar los factores de la imagen turística en el componente afectivo del Centro Histórico de Trujillo en el año 2018

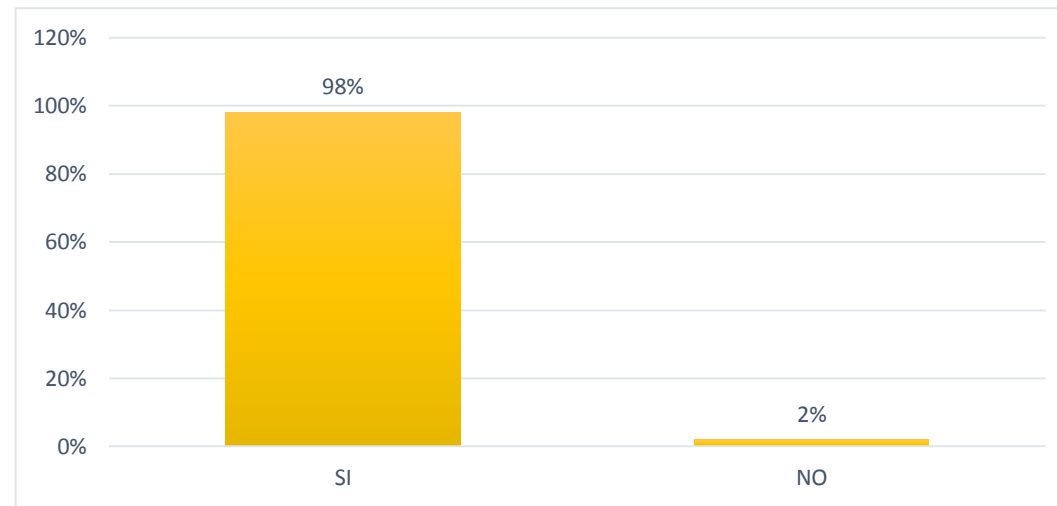
Figura 3.13: Motivo de visita al Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.13: Dentro de los encuestados un 47% opina que el motivo de su visita al Centro Histórico de Trujillo fue por su ubicación, dado que está cerca a todo, seguido de ello un 35% sostuvo fue por la historia que tiene, un 13% manifiesta que fue otro su motivo de visita y finalmente un 5% opina que fue su arquitectura.

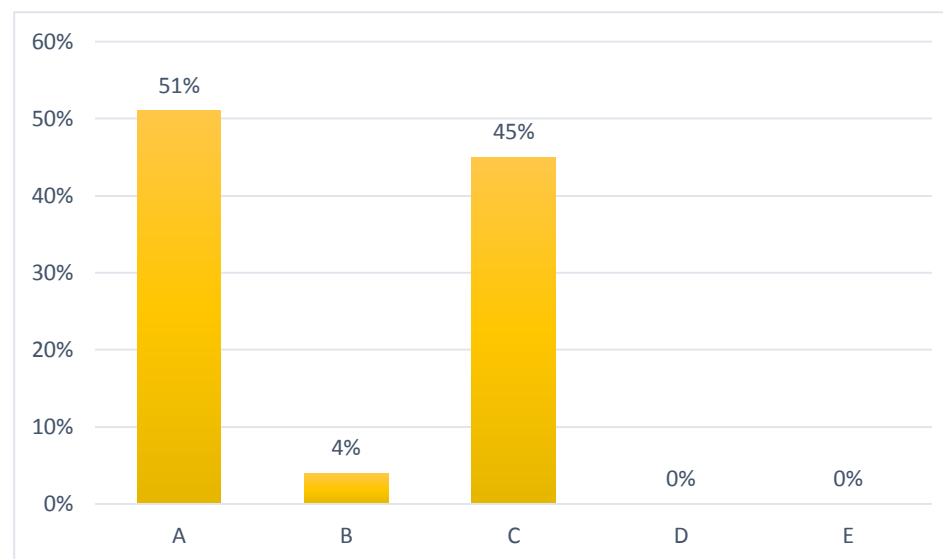
Figura 3.14: Seguridad en las calles del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.14: En la figura se observa que el 98% de los encuestados opinaron que si se sienten seguros de transitar por las calles del Centro Histórico de Trujillo, a diferencia de un pequeño 2% que opina lo contrario.

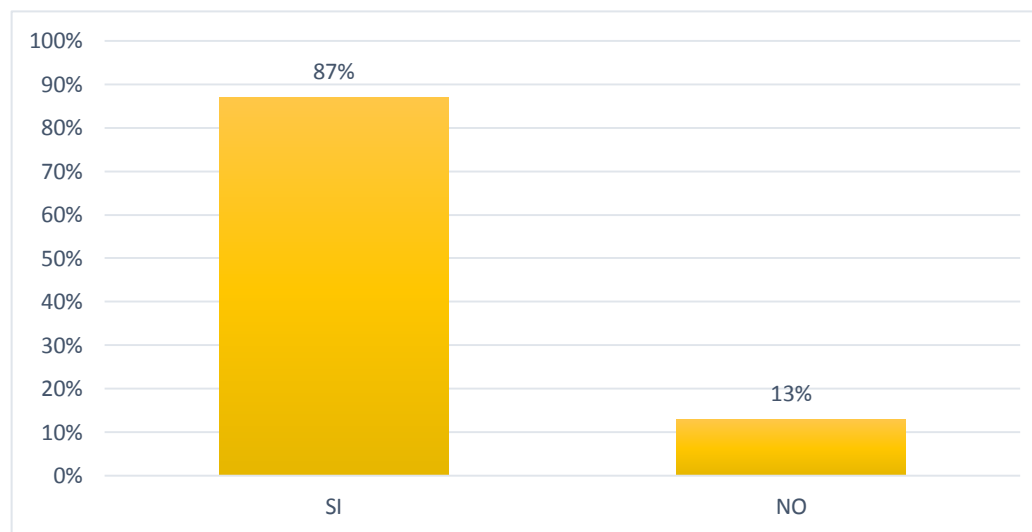
Figura 3.15: Sensaciones experimentadas en la visita al Centro histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.15: En la figura, podemos darnos cuenta que el 51% de ellos experimento sensaciones relacionadas con el relax, tranquilidad, durante su visita, un 45% sensaciones de enriquecimiento cultural y finalmente un 4% aventura, emoción

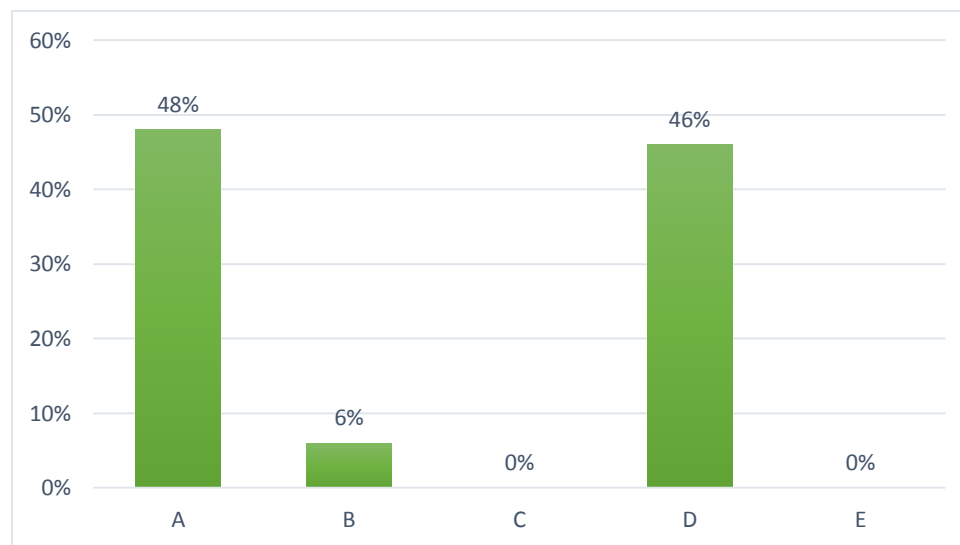
Figura 3.16: Expectativas cubierta al visitar el Centro Histórico



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas nacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.16: El 87% de los turistas nacionales encuestados, sostuvieron que sus expectativas durante su visita si fueron cubiertas, mientras que un 13% opinó lo contrario.

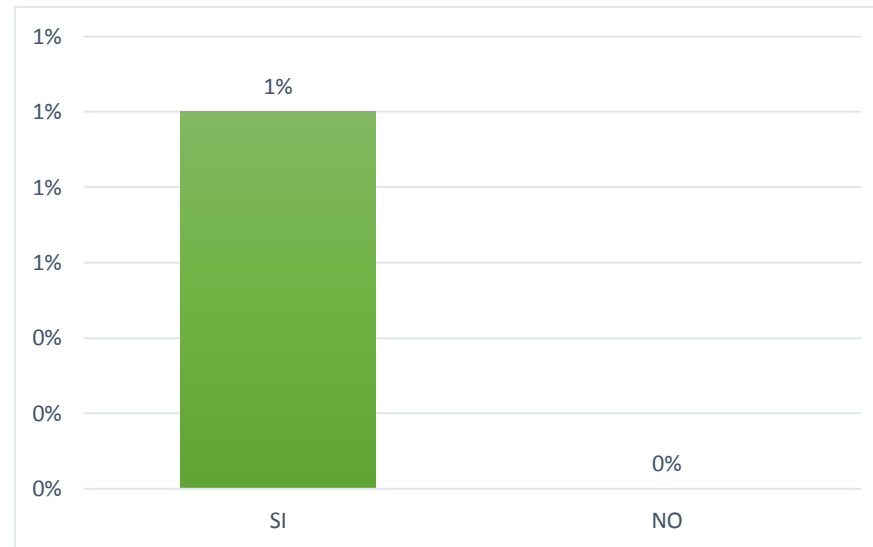
Figura 3.17: Motivo de visita al Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.17: En la figura, el 48% de los turistas extranjeros menciono que le motivo la historia del Centro Histórico de Trujillo para visitarlo, sin embargo el 46%, indico que le motivo visitarlo por la ubicación y porque se encuentra cerca de todo, finalmente un 6%, manifestó que la principal razón de su visita fue por la bella arquitectura que posee.

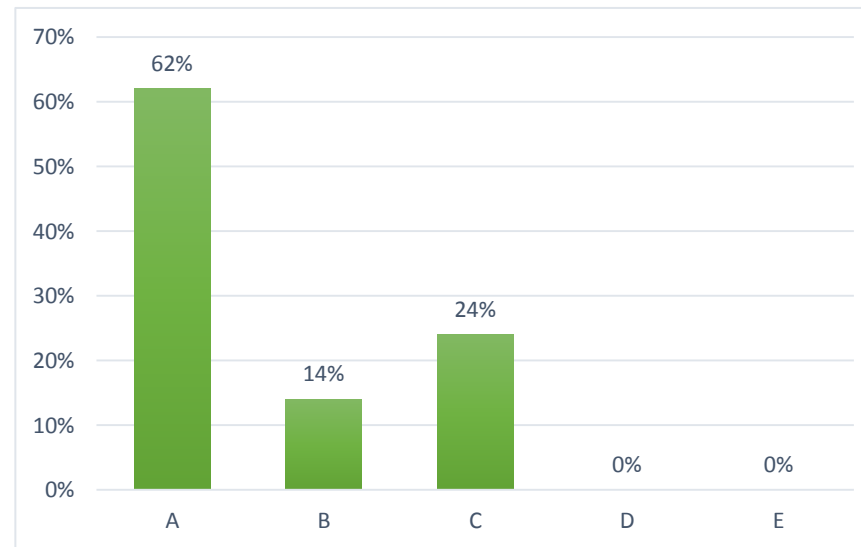
Figura 3.18: Seguridad por las calles del Centro Histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.18: Según los turistas extranjeros encuestados el 100% de ellos opinan sentirse seguro de transitar por las calles del Centro Histórico de Trujillo.

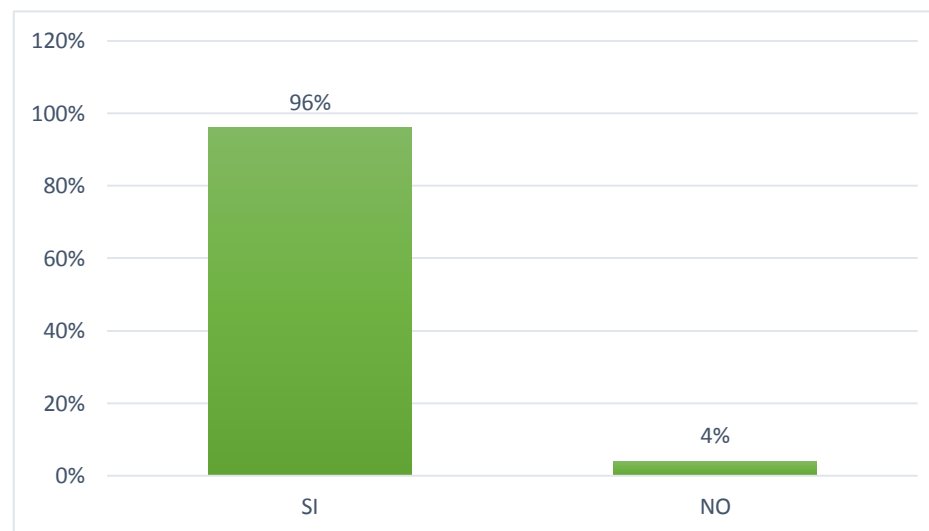
Figura 3.19: Sensaciones experimentadas al visitar el Centro histórico de Trujillo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

Figura 3.19: Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros, el 62% opino haber experimentado sensaciones de relax, tranquilidad, durante su visita, el 24% sensaciones de enriquecimiento cultural, aprendizaje y un 14% sensaciones de emoción, aventura, diversión.

Figura 3.20: Expectativas cubiertas al visitar el Centro Histórico



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los 100 turistas internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo

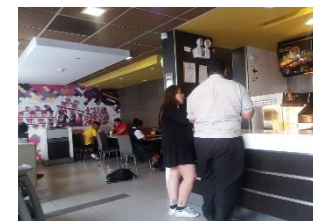
Figura 3.20: Luego de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros, se obtuvo que el 96% de los encuestados manifiesta haber sentido que sus expectativas si fueron cubiertas y un 4% sostienen que sus expectativas fueron del todo expuesta

Objetivo 3: Describir los atributos turísticos que posee el Centro Histórico de Trujillo, año 2018.

Tabla 1.2: Descripción de los restaurantes del Centro Histórico de Trujillo

Restaurantes del Centro Histórico de Trujillo

En las principales calles que conforman el centro histórico de Trujillo, como lo es el paseo peatonal (Jr. Pizarro) y otros (Jr. Independencia). Podemos encontrar un gran número de restaurantes que ofrecen platos típicos de la zona. Desde ya el Centro Histórico se ha convertido en la primera parada de todo visitante y en el lugar ideal para los amantes del enriquecimiento cultural. La mayoría de estos restaurantes funcionan en casonas coloniales, lo que despierta el interés del turista, al proyectar una experiencia única, tanto por la temática, infraestructura, decoración y exquisitos potajes



Nota: Análisis realizado por el investigador sobre los restaurantes del Centro Histórico en el mes de Setiembre, año 2018. Fotografías tomadas por el investigador, la del lado superior corresponde al día 20 de setiembre del 2018, 11:00 am y la del lado inferior al día 10 de agosto del 2018, 2:30pm.

Tabla 1.3: Descripción de la Plaza Mayor de Trujillo

Plaza Mayor de Trujillo

La plaza mayor de Trujillo, es un atractivo turístico, con abundante contenido histórico, cultural, tradicional y belleza urbanística. Es el lugar perfecto donde se puede disfrutar de la tranquilidad y seguridad de la ciudad. En el centro de esta plazoleta encontramos una hermosa estatua de la Libertad, la cual da homenaje a la independencia de Trujillo. Parte de esta estatua, se encuentra conformada por varias figuras que representan el comercio, el arte, la salud y la ciencia. Cabe recalcar igualmente que desde la época republicana la plaza ha sido uno de los lugares más emblemáticos en el ámbito local.



Nota: Análisis realizado por el investigador sobre la Plaza Mayor de Trujillo durante el mes Setiembre, año 2018. Fotografías tomadas por el investigador, del lado superior derecho corresponde al día 10 de agosto del 2018 4:00 pm, la del inferior derecho el día 10 de agosto del 2014, 3:20 pm, la del lado superior izquierdo el día 10 de agosto del 2018 a las 3:40 y la del lado inferior izquierdo el día 29 de setiembre del 2018, a las 3:52 pm

Tabla 1.4: Descripción de la plazuela el Recreo

La Plazuela el Recreo

Se caracteriza por ser una plaza tradicional. Donde a veces se realizan algunos eventos como conciertos, festivales de libros, etc. De igual manera, es el lugar perfecto para buscar tranquilidad y donde los turistas y/o visitantes pueden charlar un rato, e intercambiar opiniones. Algunas veces suele sobrecargarse de ambulantes, comerciantes, etc. Siendo esto no muy bien visto para los turistas.



Nota: Análisis realizado por el investigador sobre la plazuela el recreo, durante el mes de Setiembre, año 2018. Fotografía tomada por el investigador el día 21 de setiembre a las 9:00 am

Tabla 1.5: Descripción que se observa de los Hoteles del Centro Histórico de Trujillo

Hoteles del Centro Histórico de Trujillo

El Centro Histórico de Trujillo cuenta con diversos tipos de establecimientos de hospedaje, como hoteles, hostales; incluso existe un establecimiento para mochileros. Cada uno de ellos con los servicios básicos y necesarios para el turista. Y si queremos hablar de categorización y calidad, encontramos al ya escuchado y recomendado Hotel Libertador de 4 estrellas.

De igual manera, existen establecimientos con tarifas variadas que se acomodan al bolsillo del visitante.



Nota: Análisis realizado por el investigador sobre los hoteles del Centro Histórico de Trujillo y su entorno, durante el mes de Setiembre, año 2018. Fotografías tomadas por el investigador el día 29 de Setiembre del 2018 a las 4:00 pm

Tabla 1.6: Descripción de las iglesias del Centro Histórico de Trujillo

Iglesias del Centro Histórico de Trujillo

En el Centro histórico de Trujillo alberga alrededor de 12 iglesias y/o monasterios, los cuales presentan características muy particulares, tanto en relación a su construcción, arquitectura e historia. Siendo estas muy atractivas ante la vista de los visitantes. Sin embargo algunas de ellas no se encuentran en un buen estado de conservación.

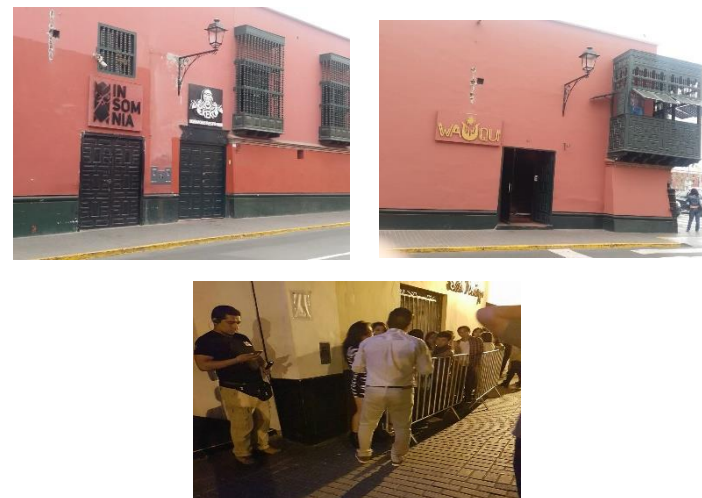


Nota: Análisis realizado por el investigador sobre las iglesias del Centro Histórico de Trujillo durante el mes de Setiembre, año 2018. Fotografías tomadas por el investigador el día 25 de Setiembre del 2018 a las 3:00 pm

Tabla 1.7: Descripción de los centros nocturnos del Centro Histórico de Trujillo

Centros Nocturnos
del Centro Histórico de Trujillo

En pleno Centro Histórico, encontramos diferentes opciones para divertirse y relajarse un poco; tales como bares , pubs, discotecas , los cuales toman vida , todas las noches de los fines de semana , siendo frecuentados tanto por turistas nacionales e internacionales, en donde pueden disfrutar de música variada , así como también bebidas con sabores únicos y exquisitos.



Nota: Análisis realizado por el investigador sobre los centros nocturnos del Centro Histórico de Trujillo durante el mes de Setiembre año 2018. Las fotografías de la parte superior fueron tomadas por el investigador el día 25 de Setiembre a las 5:00pm y la fotografía de la parte inferior fue tomada el día 28 a las 10:00pm

Tabla 1.8: Descripción de los museos del Centro Histórico de Trujillo

Museos del Centro Histórico
de Trujillo

El Centro Histórico de Trujillo, cuenta con una variedad de museos, prestos a satisfacer las diferentes necesidades y sensaciones de los turistas. Alguno de ellos presenta un buen estado de conservación. Mientras que otros como lo es el caso del Museo de Zoología de la UNT, necesita remodelación.



Nota: Análisis realizado por el investigador sobre los museos del Centro Histórico de Trujillo durante el mes de setiembre año 2018. Las fotografías de la parte superior fueron tomadas por el investigador el día 24 a las 11:00 am y las de la parte inferior el día 26 a las 12:00 pm.

Tabla 1.9: Descripción de las casonas solariegas del Centro Histórico de Trujillo

Casonas Solariegas del Centro Histórico de Trujillo

Casi algunas casonas que forman parte del Centro Histórico de Trujillo, han sido remodeladas, y hoy en día funcionan como negocios. Sin embargo las más importantes y relevantes, han sido conservadas, y declaradas patrimonio cultural de la nación. alguna de ellas son museos, o salas de exposición. Cabe recalcar que alguna de ellas presenta un estado regular de conservación, debido a que algunas paredes están despintadas y otras rayadas.

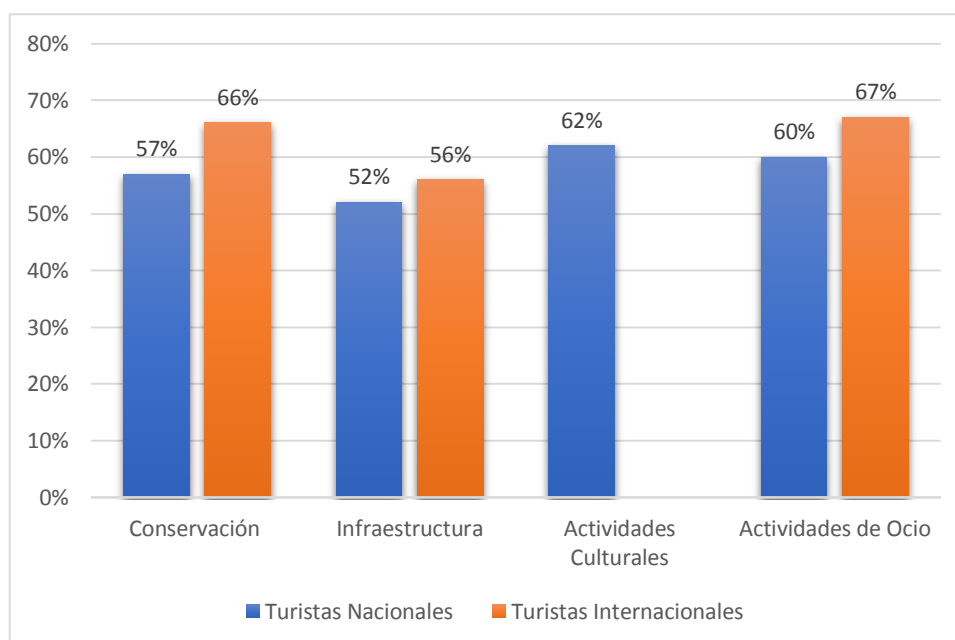


Nota: Análisis realizado por el investigador sobre las Casonas Solariegas del Centro Histórico de Trujillo, durante el mes de Setiembre, año 2018. Las fotografías fueron tomadas por el investigador el día 24 a las 12:00pm

Contrastación de Hipótesis

La percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero del Centro Histórico de Trujillo en el año 2018 es regular, debido a factores negativos que pudieron percibir en su visita al atractivo, como la conservación del patrimonio, la infraestructura y el desarrollo de actividades culturales y de ocio. El 50% de los encuestados, sostuvo al igual que todos, que definitivamente el Centro Histórico, es uno de los atractivos de la ciudad de Trujillo más importante, motivo por el cual, es necesario contrarrestar estos problemas, para poder seguir siendo vista, como una de sus primeras opciones de viaje.

Figura3.21: Componente cognitivo de la percepción de la imagen



Fuente: Datos obtenidos de la encuestada realizada a los turistas nacionales y extranjeros

IV. Discusión

Esta tesis tuvo como propósito determinar la percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo, de esta manera poder conocer las cualidades y/o atributos del Centro Histórico . Sobre todo, se pretendió identificar los factores de la imagen turística en el aspecto cognitivo y afectivo del atractivo, es así que Baloglu y Brinberg, 1999 (citado en fémina), afirman que dichas dimensiones son la base indispensable en la formación de la imagen y puedo esto contribuir de manera positiva o negativa en la percepción que puede adquirir el turista al visitar un atractivo y/o recurso.

Según Gerrig y Zambrano (2005) sostiene que el proceso de la percepción se da en tres etapas, en donde la primera hace referencia a todas aquellas sensaciones, contenidos específicos que percibe el sujeto, el segundo nivel o etapa, se refiere a la organización perceptual, en donde se forma una representación interna de un objeto y a su vez se forma el precepto de un estímulo externo. Y por último en la tercera etapa, se otorga un significado a los preceptos. En esta investigación resulta evidente que los turistas poseen una percepción regular acerca de los elementos, corroborándose así la teoría de Gerrig y Zambrano, debido a que las sensaciones inducidas en el turista resultaron ser negativas por los siguientes elementos: personas indigentes, basura, comercio ambulatorio, afiches que dañan la imagen visual del lugar, deterioro de casonas, escases de calidad en la infraestructura turística y falta de promoción turística. A continuación se discutirá los principales hallazgos de este estudio.

Para el primer y segundo objetivo García (citado en Cáceda, 2016) afirma que todas aquellas influencias que se presentan en el acto perceptivo se torna en relación a la selección de los estímulos y sensaciones que se presentan a diario en nuestro entorno, las cuales pueden ser externas. De acuerdo con lo expuesto por el autor se evaluó aspectos externos como: Conservación, belleza arquitectónica, infraestructura, planta turística, atributos turísticos y aspectos internos como: Motivación, expectativas, sensaciones y seguridad.

Por otro lado se concluyó en que dentro del aspecto interno se halló que tanto los turistas nacionales como internacionales concordaron en cuanto a su opinión con respecto a la seguridad, sensaciones experimentadas y expectativas alcanzadas. Sin embargo con respecto a la motivación un 48% de los turistas internacionales optaron por la historia, mientras que un 47% de los turistas los nacionales por la ubicación. Debido a que según lo manifestado,

mucho de los turistas internacionales al visitar otro país diferente a su lugar de origen, de deja llevar por las características y/o cualidades del destino, o del atractivo a visitar, que se relaciona a su historia, costumbres, cultura, etc. En el caso de los turistas nacionales eligieron la ubicación debido a que el atractivo lo encuentran en un lugar céntrico, el cual está al alcance de diferentes establecimientos: restaurantes, hoteles, tiendas comerciales, etc.; lo que les permite a ellos contar con sus servicios. En consecuencia la percepción que se llevan del Centro Histórico de Trujillo afecta directamente su imagen turística.

Según el aspecto externo, se corroboró que los turistas nacionales y extranjeros respondieron de forma similar en cuanto a la conservación de calles, belleza paisajista, calidad en planta turística e infraestructura. Pero se prestó mayor atención a temas relacionados como la conservación e infraestructura, debido a que un 69% de los turistas nacionales manifestaron que las principales calles del Centro Histórico muchas veces no se encuentren limpias para la vista del turista, ni que hablar de algunas casonas; alguna de ellas están rayadas o manchadas. De igual manera un 55% de los turistas extranjeros opino lo mismo, haciendo hincapié que muchas veces se debe a la falta de educación y/o conciencia ambiental. Seguido de ello, y a su vez un tema muy discutido fue la infraestructura turística, dentro del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo, en el caso de los turistas nacionales, un 52% de los encuestados manifestó que no posee una infraestructura óptima, y un 55% de los turistas internacionales opino lo mismo. Parte de ello radica en la escasa importancia que le dan a los servicios básicos (recolección de desechos), falta de señalización en puntos estratégicos y orientación al turista.

Con respecto a los atributos turísticos del Centro Histórico los turistas nacionales otorgaron un valor muy controversial a las actividades culturales y de ocio, la mayoría de los encuestados, por no decir casi todos, le otorgaron un valor de 3 (regular). En este caso se debió a que muchas veces desconocen o no existen propuestas innovadoras y creativas que permitan al turista culturizarse y a la vez poder divertirse.

De acuerdo a la opinión de los turistas internacionales, ellos se enfocaron en las actividades de Ocio, valorizándolo también con un 3 (Regular). Muchos de los extranjeros opinaron que desconocen actividades que puedan realizar, que les permita distraerse, divertirse y relajarse; muy aparte de recurrir a centros nocturnos, bares, etc. Es por ello, que optan por no quedarse muchos días en el Centro Histórico, al menos realizar un city tour, y finalmente dirigirse a las sur o playas del norte.

En relación al tercer objetivo, luego de haber aplicado, las respectivas fichas de observación a los atributos del Centro Histórico, se pudo corroborar lo manifestado por los turistas encuestados, es así que finalmente como último objetivo, fue el diseñar un plan que permita optimizar la imagen turística del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo. Según Gutiérrez (citado en Cáceda, 2016) sustenta que un plan de mejora es el instrumento más indicado para la identificación de problemas y/o debilidades en las diferentes áreas, de igual manera contribuirá a poder buscar las estrategias más indicadas para la construcción de una imagen turística adecuada.

V. Conclusiones

1. Se pudo concluir que la percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo es regular dado que la mayoría de los encuestados por, no decir todos, sostuvieron que existen factores negativos que afectan la imagen del atractivo.

2. Los elementos externos identificados estuvieron determinados por la falta de conservación con un 69% por parte de los turistas nacionales y un 55% los turistas internacionales. De igual modo se logró percibir la belleza paisajista del centro histórico con un 73%, según los turistas nacionales y un 100% por parte de los turistas internacionales; al igual que en la planta turística, en dónde el 85% de turistas nacionales manifestó que si existe calidad en la planta turística y el 96% de los turistas internacionales, opino lo mismo.

Asimismo en el caso de la infraestructura turística el 52% de los turistas nacionales opino que no cuenta con la más óptima, dado que hace falta señalización en puntos estratégicos, para la orientación del turista, y lo que respecta a los turistas internacionales un 55% manifestó lo mismo.

Seguido de ello los atributos turísticos como hospitalidad, alojamiento, gastronomía y transporte fueron percibidos como buenos por parte de los turistas nacionales e internacionales. Sin embargo con lo que respecta a las actividades de ocio, culturales y la plaza de armas fueron percibidos de manera regular.

3. Los elementos internos que se lograron identificar fueron el motivo de visita en relación a la historia con un 48% según los turistas nacionales y un 47% en relación a la ubicación según los turistas internacionales. Según la seguridad percibida en el Centro histórico, el 100% de los turistas internacionales y el 99 de los turistas nacionales opinaron que es buena. Lo que respecta a las sensaciones experimentadas el 62% de los turistas internacionales, opino sensaciones de relax, de igual manera el 51% de los turistas nacionales sostuvo lo mismo. En el caso de las expectativas tanto el 96% de los turistas internacionales y el 87% de los turistas nacionales manifestaron que si fueron cubiertas.

4. El plan de mejora propuesto está basado en actividades que permitirán contrarrestar aquellos factores negativos y/o debilidades que afectan la imagen turística del Centro Histórico de Trujillo.

VI. Recomendaciones

1. Se invita al área de formalización de la municipalidad de Trujillo a organizar el comercio ambulatorio de las principales calles del Centro Histórico de Trujillo, reubicarlos y exigirles en especial a todas las personas que manipula alimentos, carnet de salubridad e inocuidad.
2. Las autoridades correspondientes de la municipalidad de Trujillo deberían tomar medidas con respecto a las personas que deambulan o tienen como hogar la calle. Deben ser ubicadas en casas de descanso con personas especializadas que pueden asistirlos.
3. El Servicio de Gestión Ambiental de Trujillo (SEGAT) debería multar a todas las personas que colocan en las avenidas y calles del centro histórico afiches publicitarios, a fin de contrarrestar la contaminación visual.
4. La municipalidad debería contratar profesionales especializados en el sector turismo a fin de poder mejorar la infraestructura turística y conservación de las casonas. Lo que contribuirá con la promoción turística a nivel nacional e internacional del Centro Histórico de Trujillo.

VII. Propuesta

PLAN DE MEJORA QUE PERMITA OPTIMIZAR LA IMAGEN TURISTICA DEL CENTRO HISTORICO DE TRUJILLO, AÑO 2018

Diciembre 2018

Trujillo- Perú

I. Introducción:

El siguiente plan de mejora tiene propuesto establecer estrategias que permitan contrarrestar las debilidades encontradas en el momento del desarrollo de la investigación, entre ellos destacan, puntos relacionados a la conservación del Centro Histórico: Calles y Casonas; infraestructura turística y atributos turísticos.

Asimismo, la presente propuesta tiene como título: Percepción de la imagen turística que posee el turista nacional y extranjero que visita el Centro Histórico de Trujillo, año 2018; obtuvo resultados que ponen en manifiesto un nivel regular de percepción de los turistas que visitan el Centro Histórico, lo que nos da entender que su percepción se ha visto influenciada por elementos negativos.

Por otro lado en el plan de mejora permite estudiar las acciones estratégicas que se realizan, verificando su efectividad y el logro de los objetivos para los cuales fueron diseñados.; de igual forma nos ayudara a encontrar los puntos preliminares, identificar áreas de mejora y las causas de la problemática encontrada; para finalmente dar una solución adecuada

II. Descripción del Plan de Mejora:

2.1 Objetivos:

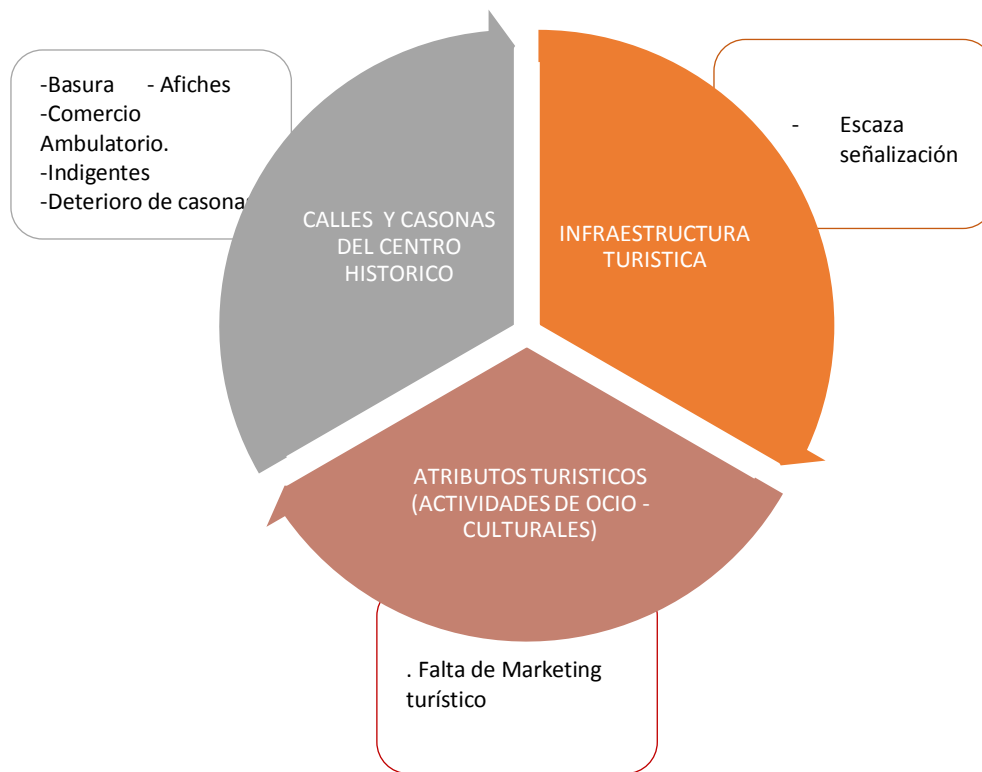
General:

- Construir una percepción buena de la ciudad de Trujillo

Específicos:

- Mejorar y conservar la calidad ambiental del Centro Histórico de Trujillo, protegiendo la riqueza cultural y arquitectónica de la ciudad.
- Implementar recorridos turísticos creativos para generar el conocimiento de los atributos turísticos del Centro Histórico.
- Mejorar la calidad de la infraestructura turística para la satisfacción del turista.

2.2 Identificar el área de mejora:



2.3 Detectar las principales causas del problema:

- La escasa cultura ambiental del ciudadano por mantener un Trujillo limpio y ordenado
- La informalidad de los comerciantes que buscan generar sus propios ingresos, todo ello de forma irresponsable, contaminando y afectando la imagen del Centro Histórico.
- La falta de compromiso de las autoridades con las personas indigentes que usan las calles del Centro Histórico para vivir.
- Falta de respeto e identidad cultural por los atractivos turísticos que conforman el Centro Histórico de Trujillo.
- Escases de calidad en relación a la infraestructura turística del Centro Histórico de Trujillo

- Falta de marketing turístico en relación a los atributos del Centro histórico (Actividades culturales y de Ocio), para la satisfacción del turista.

2.4 Líneas de acción

1. Fortalecer los atributos turísticos del Centro Histórico de Trujillo

Potenciar el desarrollo de actividades culturales y de ocio, con la creación de circuitos creativos e innovadores; fortaleciendo los atributos turísticos del Centro Histórico de Trujillo.

2. Desarrollo de la cultura ambiental.

Promover un turismo sustentable, concientizando al ciudadano y los entes del sector a adoptar una actitud receptiva, certificando que la práctica de esta actividad respete los recursos culturales y ambientales.

3. Mejorar la calidad de la infraestructura turística.

Ofrecer un atractivo de alta calidad a los turistas y/o visitantes; complementándose con la infraestructura turística más óptima

2.5 Realización de una planificación

Objetivos	Actividades	Indicadores	Supuesto	Responsables
Mejorar y conservar la calidad ambiental del Centro Histórico de Trujillo, protegiendo la riqueza cultural y arquitectónica de la ciudad	Sensibilizar a la población sobre la importancia del patrimonio cultural del Centro Histórico de Trujillo	Registro de los participantes a la sensibilización	El 40% de la población participa activamente de la sensibilización	Licenciado en turismo Arqueólogo
	Exponer un programa de riesgos al que se está expuesto por consumir alimentos expuestos en la vía pública	Lista de ponentes de la sanidad (MPT) en el manejo de alimentos	El 50% de trabajadores de venta y preparación de alimentos asiste al programa	Especialista en Salud Humana
Implementar recorridos turísticos creativos para generar el conocimiento de los atributos turísticos del Centro Histórico.	Creación de circuitos y promoción de los atributos turísticos del Centro Histórico.	Número de circuitos creativos e innovadores vendidos	El 50% de los turistas acepto positivamente estas propuestas.	Licenciado en Turismo
Mejorar la calidad de la infraestructura turística para el gozo de las necesidades del turista	Colocación de señalización turística en puntos estratégicos para mayor orientación del turista	Número de letreros turísticos	El 40% de las principales calles del Centro Histórico mejoro su infraestructura.	Licenciado en Turismo

2.6 Recursos y presupuesto

N°	Personal Administrativo	Cantidad	Importe
	Licenciados en Turismo	1	1200.00
	Arqueólogo	1	1500.00
	Especialista en Salud Humana	1	1000.00
	SUB TOTAL		3,700.00
	RECURSOS MATERIALES		
	Papel Bond	1 millar	28.00
	Proyector	1	1500.00
	Lapiceros	100	300.00
	Memoria USB	20	32.00
	SUB TOTAL		1,860.00
	SERVICIOS		
	Copias	200	20.00
	Impresiones	250	25.00
	Internet		140.00
	SUB TOTAL		185.00
	Campañas de sensibilización	1	100.00
	Taller de Calidad en los servicios turísticos	1	100.00
	Programa de manejo de alimentos	1	100.00
	Seminario del Manuel de Buenas Practicas	1	100.00
	SUB TOTAL		400.00
	TOTAL		6,145.00

Referencias

- Arjona G. A. (2014). *La imagen de Canarias como destino turístico*. Universidad de la Laguna, España. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/321/La%20imagen%20de%20Canarias%20como%20destino%20turistico..pdf?sequence=1>
- Beltrán B. M. y Parra M. M. (2016). *La imagen del destino turístico: Estudio en profundidad del Municipio de Murcia como destino turístico*. Universidad Católica San Antonio de Murcia, España. Recuperado de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3039/Beltran%20y%20Parra%20%282016%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bocanegra. C.A. (2016) *Nivel de percepción del visitante respecto a los servicios que presta Huaca de la Luna como atractivo turístico del sector A del distrito de Moche, Provincia de Trujillo, Región La Libertad*. Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8367>
- Cáceda A. D. (2016). *Percepción turística del visitante extranjero de la ciudad de Trujillo*. Universidad César Vallejo, Trujillo. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/393/caceda_ad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cayo V. N. y Apaza T. A. (2016) *Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000200005
- Cristale, M. (s.f). *La percepción del turista: el eje del negocio*. Colombia: Recuperado de <http://www.hospitalidadynegocios.com/articles/149/la-percepcion-del-turista-el-eje-del-negocio>
- Femenía, M. O. (s.f.) *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. Recuperado de File:///C:/Users/Lourdes/Downloads/Dialnet-Laimagendeundestinituristicocomoherramientademarke-482050.Pdf
- Folgado F. J., Di-Clemente, E., Hernández M. J. y Campón C. A. (2013) *Influencia de la imagen del destino en el comportamiento del turista cultural. Un estudio empírico en la Ciudad de Plasencia como destino de turismo cultural*. Universidad de Extremadura, España.

Recuperado de http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1353/0212-7237_25_91.pdf?sequence=1

Gerrig y Zimbardo (2005). *Sensación y Percepción*. Recuperado de [http://bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFG/general/gonzalez/Gerrig%20y%20Zimbardo%20-%20Psicologia%20y%20vida%20\(cap%204%20-%20Sensacion%20y%20percepcion\).pdf](http://bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFG/general/gonzalez/Gerrig%20y%20Zimbardo%20-%20Psicologia%20y%20vida%20(cap%204%20-%20Sensacion%20y%20percepcion).pdf)

Gonzales Vásquez, E. Ibáñez Ugaz, D. (2014) *La percepción que tiene el turista local con relación al turismo cultural y religioso del distrito de Motupe*. Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque. Recuperado de https://issuu.com/goperuresearch/docs/ericka__diana__percepci__n_del_tur

Hernández, G.A. (2012) *Procesos psicológicos básicos*. Recuperado de ftp://ftp.puce.edu.ec/Facultades/CienciasEducacion/ModalidadSemipresencial/Psicolog%C3%ADa%20General-Jos%C3%A9%20Luis%20Fernandez/UNIDAD%202/Procesos_psicologicos_basicos-Parte1.pdf

Hernández (s.f.) *La imagen turística*. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/hernandez_r_sl/capitulo2.pdf

Horna. J. (2014) *Percepción de los turistas extranjeros respecto a la calidad de servicio que brindan los hoteles en el Balneario de Huanchaco*. Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5170>

Llaja A. C. (2014). *Análisis de la imagen del destino turístico Kuélap- Gocta según la percepción de los visitantes*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Amazonas. Recuperado de [file:///C:/Users/lourdes/Downloads/FACEA_160%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/lourdes/Downloads/FACEA_160%20(2).pdf)

Ortiz, C. (2012). *La percepción*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/christinaortiz25/la-percepcin-13807253>

Proceso de Percepción (2015). Recuperado de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/12015/capitulo3.pdf>

- Puiggròs, E. y Fondevila, J.F (2014) *De la imagen percibida a la percepción de los residentes de un destino maduro: el caso Marca Barcelona*. Recuperado de <http://www.aecit.org/files/congress/19/papers/137.pdf>
- Rodríguez N. K. (2014) *Percepción de la imagen turística que posee el turista extranjero que visita el balneario de Huanchaco en el año 2014*. Universidad César Vallejo.
- Rodríguez E., Requena K., Muñoz J. (2009). La percepción turística del mercado español hacia Latinoamérica *Redalyc*, vol.10 (número 2), pp.133-166. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1701/170118863008.pdf>
- Vascones, L. M (2016) *Percepción del destino Huánuco en los vacacionistas limeños*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2432/1/2016_Vascones_Percepcion_del_destino_Huanuco.pdf
- Vargas, M. L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Redalyc*, vol.4 (número 8), pp. 47-53. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Zárraga C. L; Ceballos P. R. y Castillo G. A. (2017) *La percepción del turista sobre la imagen de Isla Mujeres, Quintana Roo, como pueblo mágico*. Universidad del Caribe, México. Recuperado de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v5n4-2017/RGN-V5N4-2017-1.pdf>

Anexos



Anexo 01: Encuesta dirigida a turistas nacionales e internacionales que visitan el Centro Histórico de Trujillo en el año 2018

Instrumento para medir la percepción de la imagen turística que posee el turista nacional e internacional que visita el Centro Histórico de Trujillo año 2018



NACIONALIDAD: _____

SEXO: _____ **EDAD:** _____

PARTE I: Evaluación de los componentes cognitivos

1. ¿Considera que las calles del Centro Histórico de Trujillo se encuentran limpias?
2. ¿Cuál considera usted, es la principal amenaza contra la conservación de los monumentos arquitectónicos del Centro Histórico de Trujillo?
 - a) Robo Sacrílego
 - b) Los fenómenos naturales
 - c) El Vandalismo
 - d) La modernidad
 - e) Otros
3. Según su opinión ¿En qué estado de conservación se encuentran los atractivos y monumentos que conforman el Centro Histórico de Trujillo?
4. ¿Con qué asocia la palabra Centro Histórico?
 - a) Patrimonio Cultural
 - b) Plaza de Armas
 - c) Monumentos arquitectónicos
 - d) Centro Monumental
 - e) Muralla de Trujillo
5. ¿Sus atractivos poseen una gran belleza arquitectónica y paisajística?
6. ¿Qué actividades turísticas ha realizado al visitar el Centro Histórico de Trujillo?
 - a) City Tours
 - b) Compra de souvenirs
 - c) Toma de Fotografías
 - d) Visitar los museos
 - e) Visitar las principales plazuelas
 - f) Visitar las casonas coloniales
 - g) Otros

7. ¿Considera que los servicios turísticos que ofrecen los establecimientos de hospedaje, restauración y afines son de calidad?
8. ¿Qué tipo de servicio usted solicitó al visitar el Centro Histórico de Trujillo?
- Alojamiento
 - Restaurante
 - Transporte
 - Intermediación
 - Información
 - Guiado
 - Otros
 - Ninguno
9. ¿Qué servicio turístico ha causado en usted satisfacción al visitar al Centro Histórico de Trujillo?
- Transporte
 - Alojamiento
 - Restaurante
 - Guiado
 - Otros
 - Ninguno
10. En relación a la atención recibida, ¿Cómo la calificaría?
- Buena
 - Regular
 - Mala
11. ¿Considera que el Centro Histórico de Trujillo cuenta con la infraestructura turística más óptima?
12. Según los aspectos que conforman la infraestructura del Centro Histórico de Trujillo. ¿Cuál se debe mejorar?
- Señalización
 - Vías de acceso
 - Servicios básicos
 - Otros
13. . Valore del 1 a 5 los siguientes atributos: 1= muy poco 2= poco 3= aceptable 4= bueno 5=muy bueno

Hospitalidad	1	2	3	4	5
Alojamiento	1	2	3	4	5
Gastronomía	1	2	3	4	5
Actividades Culturales de interés	1	2	3	4	5
Plaza de armas	1	2	3	4	5
Transporte para desplazarse por la ciudad	1	2	3	4	5
Actividades de ocio y recreo	1	2	3	4	5

14. ¿Visitaría nuevamente el Centro Histórico de Trujillo?
 - a) Si
 - b) No
15. ¿Recomendaría este atractivo a sus amigos y/o familiares?
 - a) Si
 - b) No

PARTE II: Evaluación de los componentes afectivos

16. De las características que se mencionan a continuación, indique que le motivo a usted para visitar el Centro Histórico de Trujillo:
 - a) Su historia
 - b) Su arquitectura
 - c) Es hogar de los museos
 - d) Esta cerca de todo
 - e) Otros
17. ¿Se siente seguro de transitar por las calles del Centro Histórico de Trujillo?
18. ¿Ha sido víctima de algún hecho delictivo en el Centro Histórico de Trujillo? Menciónelo.
19. ¿Cuál piensa usted que es la principal causa de la delincuencia en el Centro Histórico de Trujillo
 - a) La falta de vigilancia policial
 - b) La falta de organización y colaboración entre policías, autoridades municipales y la población.
 - c) La falta de oportunidades de trabajo
 - d) La existencia de comercio en el Centro Histórico
 - e) Otros
20. Con respecto a su visita. ¿Cómo calificaría usted al Centro Histórico de Trujillo?
 - a) Muy Bueno
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo
 - e) Muy malo
21. ¿Qué sensaciones experimentó en su visita al Centro Histórico de Trujillo?
 - a) Descanso, relax, bienestar
 - b) Aventura, diversión, emoción, riesgo
 - c) Enriquecimiento cultural, aprendizaje
 - d) Disfrute de la naturaleza
 - e) Disfrute de gastronomía, degustación
22. ¿Siente que sus expectativas han sido cubiertas durante su visita al Centro Histórico de Trujillo?
 - a) Si
 - b) No

Muchas, gracias por su colaboraci



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Anexo 2: Ficha de observación realizada en relación a los atributos físicos que posee el Centro Histórico de Trujillo en el año 2018

Título de la descripción que se observa de los atributos físicos del Centro Histórico de Trujillo			
<table border="1"><tr><td>Título del atributo</td></tr></table>	Título del atributo		
Título del atributo			
<table border="1"><tr><td>Descripción del atributo observado</td></tr></table>	Descripción del atributo observado	<table border="1"><tr><td>Imagen del atributo</td></tr></table>	Imagen del atributo
Descripción del atributo observado			
Imagen del atributo			

Anexo 3: Fotografías encuestando a los turistas y/o visitantes







Anexo 4: Base de datos de las encuestas realizadas a los turistas nacionales e internacionales

BASE DE DATOS - Excel

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS

Calibri 11 A A

Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Formato Autosuma Rellenar Borrar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

H108

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
		N°01	N°02	N°03	N°04	N°05	N°06	N°07	N°08	N°09	N°10	N°11	N°12	N°13	N°14	N°15	N°16	N°17	N°18	N°19	N°20	N°21	N°22		
1																									
2	1	SI	C	Bueno	A	SI	C	SI	A	B	B	SI	B	A	A	D	SI	NO	D	B	C	A			
3	2	NO	B	Regular	C	NO	A	SI	B	C	B	SI	B	A	A	D	SI	NO	D	B	C	A			
4	3	SI	D	Regular	B	NO	A	SI	B	F	C	NO	B	A	A	E	SI	NO	B	C	A	A			
5	4	NO	B	Regular	B	SI	A	SI	C	C	B	NO	C	A	A	E	SI	NO	D	B	A	A			
6	5	SI	B	Bueno	B	NO	A	SI	B	C	B	NO	C	A	A	A	SI	NO	B	B	C	A			
7	6	SI	E	Regular	A	SI	C	SI	B	C	B	SI	B	A	A	D	SI	NO	D	B	C	A			
8	7	NO	D	Bueno	B	SI	D	NO	C	F	C	NO	C	A	A	D	SI	NO	B	C	A	A			
9	8	SI	D	Bueno	C	SI	F	NO	B	F	C	SI	B	A	A	D	SI	NO	E	C	A	A			
10	9	NO	C	Regular	B	NO	A	SI	A	B	B	NO	C	A	A	A	SI	NO	D	C	C	A			
11	10	NO	C	Regular	B	SI	E	SI	A	B	B	NO	C	A	A	A	SI	NO	B	B	C	A			
12	11	SI	C	Bueno	A	SI	C	SI	B	C	B	SI	D	A	A	A	SI	NO	B	A	C	A			
13	12	SI	C	Regular	D	SI	D	SI	F	F	C	NO	B	A	A	A	SI	NO	B	B	C	A			
14	13	SI	C	Regular	A	SI	A	SI	C	A	A	SI	A	A	A	A	SI	NO	C	B	A	A			
15	14	SI	C	Bueno	A	SI	A	SI	A	B	A	NO	A	A	A	A	SI	NO	A	B	C	A			
16	15	SI	C	Regular	B	SI	A	NO	H	C	B	NO	C	A	A	D	NO	SI	B	C	A	A			
17	16	NO	E	Regular	A	SI	D	SI	A	B	B	NO	A	A	A	B	SI	NO	C	B	B	A			
18	17	SI	D	Regular	B	NO	A	NO	F	C	NO	C	A	A	A	E	NO	SI	D	C	A	B			
19	18	SI	B	Bueno	A	SI	C	SI	B	C	B	SI	C	A	A	E	SI	NO	B	B	A	A			
20	19	SI	E	Regular	B	SI	A	SI	A	B	B	NO	C	A	A	D	SI	NO	B	B	C	A			
21	20	SI	C	Regular	A	SI	A	SI	D	E	B	NO	B	A	A	B	SI	NO	C	B	C	A			
22	21	SI	C	Bueno	A	SI	A	SI	A	B	A	NO	B	A	A	A	SI	NO	A	B	C	A			
23	22	SI	C	Bueno	A	SI	C	SI	B	C	A	SI	A	A	A	A	SI	NO	A	B	A	A			
24	23	SI	B	Regular	A	NO	E	NO	A	F	C	NO	A	A	A	A	SI	NO	D	C	C	A			
25	24	NO	C	Bueno	A	SI	E	SI	F	F	A	SI	A	A	A	A	SI	NO	B	B	A	A			
26	25	SI	C	Bueno	A	SI	A	SI	A	B	A	NO	A	A	A	B	SI	NO	B	B	B	A			
27	26	SI	D	Regular	A	SI	D	SI	B	C	B	NO	D	A	A	E	SI	NO	E	B	C	A			
28	27	NO	C	Regular	A	SI	D	SI	B	C	B	NO	C	A	A	D	SI	NO	B	C	C	A			
29	28	NO	D	Regular	B	NO	D	SI	B	C	B	SI	C	A	A	E	SI	NO	B	B	A	A			
30	29	NO	C	Regular	A	NO	A	NO	B	F	C	NO	B	A	A	E	SI	NO	B	C	C	A			
31	30	SI	C	Bueno	B	SI	A	SI	B	C	B	SI	B	A	A	D	SI	NO	B	B	A	A			
32	31	SI	D	Regular	B	SI	F	SI	B	C	B	SI	B	A	A	D	SI	NO	B	B	A	A			
33	32	SI	B	Bueno	B	SI	A	SI	A	F	C	NO	C	A	A	D	SI	NO	B	C	A	B			
34	33	SI	C	Regular	A	SI	D	SI	B	C	B	NO	C	A	A	A	A	SI	NO	B	C	A			

TURISTAS - NACIONALES TABLAS NACIONALES TURISTAS -INTERNACIONALES TABLAS INTER ...

LISTO 71 %

02:03 p.m. 14/11/2018

Excel interface showing a spreadsheet titled "BASE DE DATOS - Excel". The ribbon includes tabs: ARCHIVO, INICIO, INSERTAR, DISEÑO DE PÁGINA, FÓRMULAS, DATOS, REVISAR, VISTA, and COMPLEMENTOS. The "INICIO" tab is active, displaying options for Font (Fuente), Alignment (Alineación), Number (Número), Styles (Estilos), Cells (Celdas), and Modify (Modificar).

The spreadsheet displays data in columns A through W, with rows numbered 1 to 32. The data is organized into a table with headers N°1 through N°22. The data is categorized by "TURISTAS - NACIONALES" and "TURISTAS - INTERNACIONALES".

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W
1		N°1	N°2	N°3	N°4	N°5	N°6	N°7	N°8	N°9	N°10	N°11	N°12	N°14	N°15	N°16	N°17	N°18	N°19	N°20	N°21	N°22	
2	1	A	C	A	B	A	A	A	B	C	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	
3	2	A	C	A	B	A	E	A	A	B	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	
4	3	A	C	A	B	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	
5	4	A	C	A	A	A	A	A	E	E	B	A	A	A	A	A	A	B	B	B	C	A	
6	5	A	C	A	B	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
7	6	A	D	A	A	A	F	A	B	C	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	C	A	
8	7	A	C	A	B	A	F	A	A	B	A	A	A	A	A	D	A	B	D	B	A	A	
9	8	A	C	A	B	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
10	9	A	C	A	B	A	D	A	B	C	A	A	D	A	A	D	A	B	D	B	A	A	
11	10	A	D	A	A	A	F	A	A	B	A	A	A	A	A	D	A	B	D	B	A	A	
12	11	A	D	A	A	A	A	A	C	A	A	A	B	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
13	12	A	D	A	B	A	D	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
14	13	A	D	A	A	A	E	A	B	C	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	B	A	
15	14	A	D	A	A	A	A	A	B	C	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	C	A	
16	15	A	D	A	A	A	A	A	B	C	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	
17	16	A	D	A	B	A	E	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
18	17	A	C	A	B	A	A	A	F	D	A	A	A	A	A	D	A	B	B	A	A	A	
19	18	A	C	A	B	A	C	A	A	B	A	A	D	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
20	19	A	C	A	B	A	A	A	F	D	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	C	A	
21	20	A	D	A	B	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
22	21	A	D	A	A	A	A	A	A	B	A	A	D	A	A	A	D	A	B	B	B	A	
23	22	A	D	A	B	A	F	A	B	C	A	A	B	A	A	A	A	B	B	B	C	A	
24	23	A	C	A	B	A	E	A	A	B	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	C	A	
25	24	A	C	A	B	A	D	A	F	D	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	C	A	
26	25	A	C	A	B	A	E	A	A	B	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	
27	26	A	D	A	B	A	E	A	B	C	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	A	A	
28	27	A	C	A	B	A	A	A	A	B	A	A	B	A	A	D	A	B	B	B	B	A	
29	28	A	C	B	B	A	A	A	B	C	A	B	A	A	A	A	A	B	B	B	B	A	
30	29	A	C	A	A	A	E	A	B	C	A	A	A	A	A	A	A	B	B	B	B	A	
31	30	A	C	A	B	A	F	A	A	B	A	B	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	
32	31	A	C	A	A	A	F	A	C	B	A	A	A	A	A	A	A	R	R	R	A	A	

The bottom status bar shows "LISTO" and "75 %". The taskbar at the bottom includes icons for Windows, Word, File Explorer, Chrome, and Excel, along with the system clock showing 02:06 p.m. on 14/11/2018.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Leli Violeta Velásquez Viloché, titular del DNI N°
18217577, de profesión Licenciada en Turismo, ejerciendo
actualmente como Subgerente de Artesanía, en la Institución Gobierno Regional La Libertad

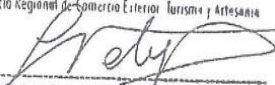
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
Instrumento (Ficha de observación), a los efectos de su aplicación al personal que labora
en _____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				
Amplitud de Contenido				
Redacción de los Ítems				
Claridad y precisión				
Pertinencia				

En Trujillo, a los _____ días del mes de _____
del _____

REGION "LA LIBERTAD"
Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía


Mg LELI VIOLETA VELÁSQUEZ VILOCHE
SUBGERENTE DE ARTESANÍA
CLTLL- 016

Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Zoila Quiroz Hernández, titular del DNI N°
45 87 4562, de profesión Licenciada en Turismo ejerciendo
actualmente como Docente a tiempo, en la Institución Universidad Nacional
de Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
Instrumento (Ficha de observación), a los efectos de su aplicación al personal que labora
en _____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de Contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Trujillo, a los 13 días del mes de junio
del 2018



Firma

Céd: 50834

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

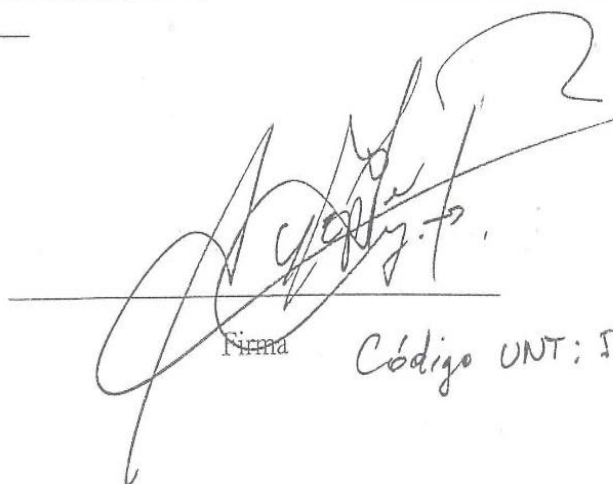
Yo Alejandro Eljor Vepjen Ramos, titular del DNI N°
40064653, de profesión Arqueólogo, ejerciendo
actualmente como docente de la Escuela de Arqueología, en la Institución Universidad Nacional de Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
Instrumento (Ficha de observación), a los efectos de su aplicación al personal que labora
en _____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				✓
Amplitud de Contenido				✓
Redacción de los Ítems				✓
Claridad y precisión				✓
Pertinencia				✓

En Trujillo, a los 13 días del mes de Junio
del 2018


Firma Código UNT: 5590

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Leli Violeta Velásquez Viloché, titular del DNI N°
18217577, de profesión Licenciada en Turismo, ejerciendo
actualmente como Subgerente de Artesanía en la Institución Gobierno Regional
La Libertad.

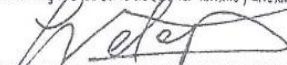
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora
en TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN EL C.H. DE TRUJILLO

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de Contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 13 días del mes de JUNIO
del 2018

REGION "LA LIBERTAD"
Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía


Mg. LELI VIOLETA VELÁSQUEZ VILOCHE
SUBGERENTE DE ARTESANIA

CL7LL-016

Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Zoila Anely Oluiroz Hernández, titular del DNI N°
4551 4562, de profesión Licenciada en Turismo, ejerciendo
actualmente como Docente a tiempo completo, en la Institución Universidad Nacional
de Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del
Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora
en Turistas nacionales y extranjeras que visitan el Centro turístico
de Trujillo

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de Contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Trujillo, a los 13 días del mes de junio
del 2018



Firma

Cód.: 50834

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Alejandro Eljov Yepjen Ramos, titular del DNI N°
40064653, de profesión Arqueólogo, ejerciendo
actualmente como docente de la escuela de Arqueología en la Institución Universidad Nacional de Trujillo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en _____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				✓
Amplitud de Contenido				✓
Redacción de los Ítems				✓
Claridad y precisión				✓
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 13 días del mes de Junio
del 2018


Firma
código UNT: 5590

